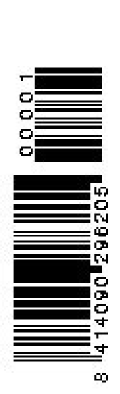
DAVID BRAVO BUENO

COPIA ESTE LIBRO





COPIA ESTE LIBRO

David Bravo Bueno

Recomendado por



A la SGAE, la ACAM y la RIAA,
sin cuyo fanatismo por la propiedad intelectual nada de esto habría sido posible

“Internet es un paraíso para los contrabandistas.
¿Puede la industria de la música llevarse su parte?”

Reseña ofrecida por SGAE del artículo “*Roll your own CDs roll on*”
publicada en el nº1 del boletín “*Info Breve*”

Edita: Dmem, S.L.
Diseño y maquetación: Departamento propio
Impresión: Gráficas Monterreina
PRINTED IN SPAIN
D.L.: MA-769-2005

Índice

BENEFICIOS

BENEFICIOS

"La mayor riqueza que tiene un país es la cultura, eso lo hace más libre. Un país será más libre en cuanto sea más culto. Es difícil que exista un país culto que se haya sometido a una tiranía. Yo creo que es la gran riqueza del colectivo humano, la cultura, pues es lo que lo diferencia de las bestias. Es el deseo de conocimiento".

Luis Eduardo Aute

En estos tiempos de lógica de mercado, los que escuchan música que no han comprado, no escuchan música sino otra cosa que quizás se le parezca. No merecen la calificación de melómanos sino de fanáticos de la música pirata los que cantan y bailan las canciones que no han pasado por caja.

Cuando apareció un virus que borraba los archivos Mp3 de los discos duros de los usuarios de las redes P2P, la Asociación de Compositores y Autores de la Música dijo que ese virus iba "*contra los amantes de la música pirata*". Los usuarios de P2P no aman la música, sino la música pirata, que debe ser otra cosa distinta.

Para Zapatero "*el mejor homenaje a nuestra obra universal lo ha dado el pueblo comprando y leyendo El Quijote más que nunca en nuestra historia*". El hecho de que El Quijote se haya comprado es una de las partes fundamentales en la ecuación del amor a la cultura. De hecho, como no hay cámaras ocultas en las casas, no hay tampoco datos veraces de que se ha leído, sino tan solo de que se ha comprado, que es, al parecer, lo determinante. Ver las películas de la televisión, leer en la biblioteca o escuchar el disco que te ha copiado tu amigo no son actos que celebran y festejan la cultura sino que simplemente la parasitan. Para los que han aprendido que también la pasión se mide con cifras, el amor, como en San Valentín, se demuestra pagando.

* * *

Los exiliados de las estadísticas

En una carta al director enviada al diario EL PAÍS, un lector cuenta la misión imposible que para él y su esposa supuso ir a la ópera. El impedimento, en realidad, solo era uno: las dos entradas les costaban 242 euros. Después de lamentarse de que la ópera fuera un espectáculo dirigido a los pocos que pueden pagársela, terminó su carta en un estado de exaltación y furia diciendo: "*Y a vosotros, compañeros proletarios de la cultura, sólo un mensaje: ¡Viva la piratería! ¡Viva el top-manta! ¡Piratead, copiad, bajaos de Internet, colaos en los espectáculos, usad las bibliotecas públicas!*".

La piratería es hija de un sistema que ha condenado al hambre cultural a la mayor parte de la población. Esta censura del siglo XXI en la que se ha convertido el precio, es la mayor promotora de la subversión que supone la copia. Cuando los excluidos han conseguido acceder a avances tecnológicos que les daba entrada en un círculo reservado a una élite, el poder económico ha reaccionado con la táctica del miedo, el engaño y el coscorrón.

El beneficio que genera compartir cultura sin limitación es un exiliado en los medios de masas y en las agendas de los gobiernos. Nada o menos que nada importa el hecho de que millones de ciudadanos tengan hoy un acceso a la cultura que hasta ayer solo soñaban. Que se pida que el interés privado no aplaste al interés general o que las empresas se adapten o sometan a esta nueva realidad es un delirio propio de piratas.

La mayoría de los creadores no serían lo que son si no hubiera existido antes lo que ahora llaman piratería. Si vas a casa de cualquier músico verás que guarda como reliquia del pasado una pila de casetes que, en sus tiempos, se multiplicaban de amigo en amigo. Es esa música, esa cultura que se regalaba, la causa de que ellos hoy sepan qué hacer en el estudio de grabación. La única manera de tenerle ganas a la música es escuchándola y no hay mayor inspiración para hacerlo que ver cómo lo hicieron otros. La principal instrucción de muchos músicos de hoy viene, precisamente, de que se saltaron la barrera que construyó el mercado y accedieron a una cultura que les estaba negada. Sería bueno que existieran los encuestados sinceros y pudiéramos saber cuántos autores de los que hoy claman contra la piratería han sido amamantados por ella.

Daniel Samper Pizano explica en el prólogo del libro "Gerardo Masana y la fundación de Les Luthiers" que oyó "*por primera vez la música de Les Luthiers a principios de 1975 en Colombia" gracias a una "mano misericordiosa*" que le entregó "*un casete que alguien copió de cierto casete que alguien había copiado de otro casete que copió, a su vez, un admirador anónimo*". Esa mano misericordiosa de ayer, mano pirata de hoy, fue la que hizo que años después Samper escribiera el libro "Les Luthiers de la L a la S". Son exiliados de las estadísticas todas las obras que nacen gracias a la misma práctica que algunos dicen que asesina la cultura y ahoga la creación.

No solo la difusión de la cultura multiplica a los que la saben crear sino también a los que la saben disfrutar. Mientras la televisión te condena a pena de aburrimiento perpetuo, las redes P2P han supuesto para millones de personas la burla de un sistema diseñado para desactivar cerebros y homogeneizar personas.

En lugar de aplaudir e intentar mantener ese avance que multiplica el acceso y la diversidad cultural de los ciudadanos, los gobiernos han decidido despreciar y criminalizar a la sociedad a la que deberían representar y proteger. El interés que suscita el acceso a la cultura lo resumió bien una parlamentaria en un debate en La 2 y que dijo que "l*amentablemente en España se lee poco, pero lo importante es que no se lea pirata*". En la España en la que la Pantoja y Pocholo son las dos personas más populares del 2003 lo importante no es que los ciudadanos lean, sino que no lean fotocopias.

Pero el derecho al acceso a la cultura no es el derecho al ocio, ni el derecho a disfrutar del tiempo libre. Es mucho más. El crecimiento de cada persona es muy distinto dependiendo de la cultura que come y digiere. Tus aficiones, inquietudes, deseos e ideologías están directamente relacionadas con los libros que lees, las películas que ves y las canciones que escuchas. Lo que está en juego es el derecho al desarrollo de la personalidad. Lo que está en juego es el derecho a ser.

La cultura es la vitamina que exige el derecho a la libertad de expresión para que pueda ser ejercido con toda su potencia. Uno de los mejores trucos de las democracias de hoy consiste en dejar plena libertad a decir lo que se quiera a los mismos ciudadanos a los que la televisión les ha cortado la lengua. ¿Qué libertad de expresión tiene el ciudadano que no tiene nada que expresar o que no sabe cómo hacerlo? ¿Qué libertad de elección tiene quien solo sabe elegir qué concursante de Gran Hermano debe abandonar la casa? Derecho formal es como puede llamarse a la libertad de expresión en los tiempos en los que Carmen de Mairena es un ídolo de masas. Es el derecho a dormir en el Ritz del pobre, el derecho a pensar del lobotomizado y el derecho a andar del encadenado. La libertad de crítica a lo establecido sin acceso al conocimiento es como la libertad de disparar sin balas.

La obra de teatro de la compañía Animalario "Alejandro y Ana (lo que España no pudo ver del banquete de boda de la hija del presidente)", que está editada en DVD, no escapa, como ninguna, de la posibilidad de ser copiada. Fue por eso por lo que el Ciberpaís preguntó qué opinaba sobre esa realidad a uno de los intérpretes de la obra, Guillermo Toledo, quien, sin pelos en la lengua, dejó claro que está "*absolutamente a favor*" porque, según cuentan que cuenta, él lo que quiere es “*que la gente lo vea*”.

De mis amigos no fueron pocos los que siguieron el consejo de Guillermo y de mano a mano, de amigo a amigo, el CD pasó por todos y cada uno de los que forman mi círculo cercano y no tan cercano.

Meses después nos enteramos de que Animalario venía a Sevilla a representar la obra que ya era un clásico para nosotros y fuimos legión los que decidimos asistir al banquete. De los que fueron, muchos jamás habían ido antes ni a esa ni a ninguna otra obra de teatro. De los que ya habían ido, mucho hacía que no iban. Pero aquella descarga que se compartió, hizo que no menos de veinte asientos se reservaran para la boda. Y, a pesar de todo, esos veinte asientos, esas veinte entradas y esos veinte amigos jamás cuentan en las cuentas de ninguno de los informes que analizan los perjuicios que causa el compartir.

En los periódicos y en los estudios encargados por las entidades de gestión las únicas cifras serias son las que enumeran euros y no las que enumeran personas. Esos millones no importan para los que consideran sus intereses privados como los más importantes del planeta. Para el poder, los derechos ajenos cuando no se ignoran se supeditan y los suyos ganan por goleada cuando se enfrentan a los de todos los demás. Teddy Bautista, presidente ejecutivo de SGAE, lo tiene claro y para él la propiedad intelectual debería ser más preservada que otro tipo de bienes.

El pensamiento mercantil menosprecia el disfrute gratuito por el mero hecho de serlo. La mayoría de los usos de las redes P2P dan beneficios a los ciudadanos sin causar perjuicios, por la sencilla razón de que son inocuos. Personas que se bajan música, películas o libros que jamás se habrían comprado, son señalados con el dedo por hacer algo que “*saben que está mal*”. Resulta sin embargo un misterio que esté mal algo que no hace mal a nadie.

Según un estudio de dos profesores de la universidad de Harvard y de Carolina del Norte

y que pueden secundar la mayoría de usuarios de P2P, la cantidad de obras descargadas que se habrían comprado oscila entre ninguna y casi ninguna. Y no solo eso, gran parte de las obras que tienen unos pocos años no podrían comprarse ni aunque se quisiera porque están descatalogadas. El 75% de las obras musicales publicadas por las grandes compañías no existe en ningún estante de ninguna tienda. Algo semejante puede decirse de libros y películas de las que únicamente mantienen en los comercios las novedades y los clásicos de renombre. Además de eso, hay obras que simplemente nunca han sido publicadas en nuestro país y que nunca lo serán. La descarga de esas obras que resulta inofensiva también es vista con recelo por la lógica de mercado, que no entiende el disfrute sin precio.

El individualismo como filosofía de vida nos enseña que nuestro esfuerzo no debe beneficiar a los demás aunque ese beneficio no suponga para nosotros un perjuicio correlativo.

Pedro Farré, conocido jurista de SGAE, explica bien esta teoría. Para él copiar obras sujetas a propiedad intelectual es como si "*después de haber estudiado muchas horas para hacer un examen, el compañero que se sienta al lado lo copia. De forma natural cualquier estudiante se rebelaría contra esto, porque el esfuerzo de cada quien debe significar recompensa para este mismo*”. La moraleja del cuento es clara: no solo es importante que tu esfuerzo te beneficie a ti sino que sobre todo no beneficie también a los demás. Quítale la careta a tu compañero. Desconfía. Él no es tu amigo, es un parásito, es un competidor que se aprovecha de tu esfuerzo.

En todas las clases, de todos los institutos de todos los países siempre había uno que no te prestaba los apuntes, que si le mirabas el examen llamaba a la seño y que si le decías que te ayudara con el problema de matemáticas te decía “*haber atendido en clase*”. Al parecer este tipo de persona que coleccionaba dieces y collejas y que veía la vida como una carrera de obstáculos en la que estás solo, es el único que actuaba “*de forma natural*”. El egoísmo, la competitividad y el individualismo feroz no solo no son defectos sino que forman parte del ser humano como las uñas, el pelo y los dientes. Si colaboras, si ayudas, o si tu mirada no está enamorada de tu ombligo, tú y solo tú eres el raro. La vida y los palos de la comunidad de los rectos te enseñarán el verdadero camino.

Internet es todavía el privilegio de unos pocos, y esa es la razón por la que el daño que hacen las redes P2P a la venta de discos sea, como dice el estudio de la Universidad de Harvard, “*indistinguible de cero*”. Pero eso no quiere decir que no se vaya a producir un daño en el futuro. La música no morirá, pero es probable que la venta de discos sea dentro de unos años una reliquia del pasado, como reliquia del pasado son las lámparas de queroseno o los coches de caballos que dejaron paso a los coches de motor. El hecho de que los inventos no puedan desinventarse es el mayor miedo de muchas empresas y trabajadores que se ven sustituidos inevitablemente por la máquina. En el pasado, se avalanzaban contra los telares mecánicos los que hacían ese trabajo manualmente y que habían quedado obsoletos por el avance tecnológico. Esa llamada a la destrucción de la máquina, en su versión del siglo XXI, es lo que hace actualmente la industria discográfica. La única diferencia es que las leyes y las demandas de hoy sustituyen como arma a los palos y las piedras de ayer.

En España se ha generalizado la amenaza de que nosotros seremos los siguientes en ser demandados por las grandes empresas discográficas. Millones de familias están en el punto de mira bajo bendición de algunos artistas y del gobierno. De este gobierno y del anterior a éste. Mientras tanto, en las paredes de las calles han aparecido gritos anónimos de los amenazados y que dicen lo que los telediarios callan: "*vuestro fallido modelo de negocio no es mi problema*".



Fotografía tomada por Luis Cervantes en Cartagena, Murcia.

Algunas fuentes consultadas

ACAM. Artículo de fecha 26/5/2005 titulado "¿Muerte del P2P ilegal?".

Discurso de Zapatero en el debate sobre el estado de la nación. 11/5/2005.

"Gerardo Masana y la fundación de Les Luthiers". Libro escrito por Sebastián Masana.

Programa "Parlamento" de la 2 en su espacio dedicado a la piratería tras la aprobación del Plan Antipiratería.

Ranking de Popularidad para el 2003 realizado por la empresa Gallup.

Ciberpaís. Entrevista a Guillermo Toledo. 16/10/2003.

EL MUNDO. 13/01/2004.

EL MUNDO. 30/03/2004. Referencia al estudio The Effect of File Sharing on Record Sales de las universidades de Harvard y Carolina del Norte.

Aula de EL MUNDO. 9/1/2004. Artículo "Primeros tantos en la lucha contra la piratería" de Miren Izquieta.

FALSOS DOGMAS

FALSOS DOGMAS

La ficción de la propiedad intelectual

"Quien recibe una idea de mí, recibe instrucción sin disminuir la mía; igual que quien enciende su vela con la mía, recibe luz sin que yo quede a oscuras"
Thomas Jefferson

Los derechos de autor nacieron con la invención de la imprenta. En aquellos tiempos, el control de la expresión de las ideas era fácil porque muy pocos podían costearse los instrumentos necesarios para multiplicar las obras. Era a los que podían, a los editores, a quienes iban dirigidas estas leyes. Los ciudadanos no eran los destinatarios de las obligaciones y prohibiciones de los derechos de autor porque la posibilidad de reproducir obras intelectuales no estaba en sus manos.

Los avances tecnológicos ponen eso del revés. Las fotocopiadoras, los casetes y ahora los ordenadores e Internet han convertido en vapor la ya de por sí inmaterial obra intelectual. La posibilidad actual de hacer copias rápidas y baratas hace que hoy las leyes de propiedad intelectual tengan como principales destinatarios no a los editores sino a los ciudadanos.

La propiedad intelectual se ha volatilizado y se escapa entre los dedos de los que ayer la controlaban. Para frenar esa situación las leyes fingen sólido lo que es gaseoso y convierten en propiedad privada algo que no se puede poseer.

Bajo la careta de la defensa de los derechos de los autores se encuentran las empresas que más han hecho por esclavizarlos. Tras el lema "*protejamos a los creadores*" hay realmente un ansia privatizadora en la que la persecución a millones de ciudadanos por el intercambio en P2P es sólo una batalla más de las muchas que se están librando.

El principal problema con el que se encuentra este afán privatizador está en la intangibilidad de las obras intelectuales. No todo es susceptible de ser una propiedad privada. De hecho, la propiedad intelectual es una ficción. Las leyes pretenden el imposible de que alguien pueda apropiarse de algo inmaterial como quien se apropia de un coche o de una casa. Cerrar la puerta es una forma muy sencilla de impedir a los demás el uso de mi vivienda, pero ¿cómo hacer eso con una canción que no está en ninguna parte y en todos sitios? Podríamos hacer leyes que dijeran que el aire es una "*propiedad especial*", como lo es la intelectual, pero eso no impediría que la práctica común chocara con ese invento legal. Y eso es justo lo que ocurre hoy con la propiedad intelectual: la realidad social vuelve del revés a unas leyes que pretenden proteger un interés que se basa en una fantasía.

Por más que los fanáticos del copyright se empeñen, la propiedad intelectual no puede compararse con el resto de propiedades sobre objetos materiales y tangibles. Las segundas son susceptibles de ser apropiadas, pero no las primeras. Las segundas son usadas por una persona con exclusión de las demás, mientras que las obras intelectuales pueden ser usadas por todos sin excluir a nadie.

El intento de asimilar la propiedad intelectual al resto de propiedades tradicionales, hace inevitable y diaria la ocupación por parte de los ciudadanos. Y no me refiero solo a injerencias sobre las últimas novedades del mercado, sino a obras que creíamos pertenecientes al acervo cultural común y que pensábamos que eran tan nuestras como nuestro alfabeto, nuestros recuerdos o nuestros pensamientos. No sabíamos ni podíamos concebir que también ellas tuvieran un propietario que nos niega su uso y que puede pedirnos que salgamos de sus tierras intelectuales, fusil en mano.

La sociedad para la administración de los derechos de reproducción de autores, compositores y editores (SDRM), pidió al actor y realizador francés Pierre Merejkowsky y a su productora, Les Films Sauvages, 1.000 euros por usar una canción en una película que se estrenó en una sala de arte y ensayo y que solo vendió 203 entradas. La canción era "La Internacional" y uno de los personajes de la película la silba sin autorización durante 7 segundos y a cara descubierta. Esta canción del siglo XIX no entra en el dominio público hasta el año 2014. Hasta que ese día llegue, este himno comunista seguirá dando réditos a los terratenientes de la propiedad intelectual.

La "Paloma Blanca", símbolo de la Paz, también tiene propietarios. Este dibujo de Picasso que el pueblo hizo suyo como estandarte del pacifismo no puede usarse libremente. Si lo hicieras, la entidad que gestiona los derechos del artista no tardaría en ponerse en contacto contigo para comunicarte el precio que tiene tu actividad ilegal. Y esto será así hasta el año 2023. Todas las páginas webs pacifistas que incluyen este símbolo están al margen de la ley. Es posible que VEGAP, la entidad a la que pertenecen los herederos del pintor, no haga nada al respecto por lo escandaloso que resultaría, pero si decidiera hacerlo, la ley estaría de su parte.

Bien sabe esto la universidad de Málaga, que tal y como dicen sus estatutos, su escudo "*ostenta una paloma blanca, reproducción de la imagen que aparece en la litografía del malagueño Pablo Ruiz Picasso*". Los herederos del pintor comunicaron a la universidad a cuánto ascendía el uso de ese símbolo universal del que son propietarios. Fue por eso por lo que el 17 de Septiembre de 2004, la Universidad de Málaga anunció el cambio de su escudo, abandonando así este acto de piratería que hacía temblar los cimientos de la cultura, del arte y de toda la civilización.

La mayor parte de ese mundo inmaterial que es la creación, es un coto privado con una verja invisible. Su uso no autorizado faculta a que el propietario te pida peaje mientras se golpea el pecho escandalizado por tu atentado a la cultura.

La canción "Happy Birthday To You" es propiedad de Warner y le reporta 2 millones de dólares anuales en concepto de royalties. Según la legislación estadounidense cantar esa canción en un restaurante sería un acto de comunicación pública ilegal por el que podrían pedirte una indemnización.

De Warner es la canción, pero la propietaria de las palabras "Happy Birthday" es Fufeng, una empresa china que las registró como marca en 25 países "*por su popularidad y positivo significado*". Con la excepción de los límites legales, esas palabras no pueden usarse sin el consentimiento de sus propietarios.

El grupo Lyons, propietario del personaje de Barney, un dinosaurio de color púrpura, ha enviado más de 1.000 cartas a dueños de tiendas de disfraces porque mantiene que la costumbre de muchos padres de disfrazarse de dinosaurio en los cumpleaños de sus hijos, viola sus derechos. Demostrando que las leyes no son tan restrictivas, un portavoz de Lyons tranquiliza a los padres diciéndoles que pueden vestirse de dinosaurio, "lo ilegal es que se disfracen de dinosaurio de color púrpura, independientemente del tono de púrpura que sea".

En EEUU algunas plazas públicas ya no lo son tanto gracias al copyright. El Ayuntamiento de Chicago impide hacer fotografías en parques donde se expongan esculturas. Si lo haces, la policía te informará de que "*el parque tiene copyright*".

Incluso el silencio es propiedad de alguien. El grupo musical Planets incluyó en su último disco una canción que consistía únicamente en 60 segundos de silencio. Al poco tiempo de la publicación de su obra, fueron demandados por plagio por los herederos de John Cage, que tiempo atrás había grabado y publicado 237 segundos de silencio total. Mike Batt, de los Planets, tomándose a broma una demanda que iba en serio, consideró que su silencio era mejor que el de Cage porque ellos habían conseguido decir lo mismo en menos tiempo. Finalmente, el litigio se resolvió con un acuerdo extrajudicial por el que Batt pagó una indemnización de seis cifras no revelada.

Pedro Farré, de SGAE, en relación con la propiedad intelectual, opina que es un principio universal el que dice que "*quien produce algo está legitimado moral y jurídicamente para apropiarse de lo producido*". Es habitual reforzar las opiniones apelando a la naturaleza o al universo, a pesar de que ese principio que Farré llama universal es, precisamente, el que no rige en el sistema económico de la mayor parte del planeta donde es el patrón el que se apropia de lo producido por su asalariado. Dejando eso a un lado, la clave de esa frase es la idea que Farré tiene de apropiación de los productos del intelecto como si fueran cosas tangibles. Lo importante no es si alguien debe apropiarse de lo que produce con su intelecto sino de si puede hacerlo. Si no es así y las leyes pretenden conseguirlo a base de ficciones y muros imaginarios, la realidad social chocará con esa mentira. Los usos cotidianos de una gran parte de la población descubrirán el absurdo de pretender cercar el viento.

No solo la propiedad, la posesión es otra institución jurídica que también se tambalea. Según el Código Civil "*la posesión, como hecho, no puede reconocerse en dos personalidades distintas*". Si eso es así, la propiedad intelectual no se puede poseer porque admite que varias personas, en puntas opuestas del planeta, disfruten una obra sin exclusión de las otras.

Los defensores del copyright más restrictivo se empeñan en asimilar la copia o el uso no autorizado de las obras con su robo. Pero la conciencia de los ciudadanos no comprende esa asimilación absurda entre el mundo físico y el virtual y, cuando copian, eso no impide que duerman esa noche de un tirón. No se trata como dice Teddy Bautista de un "*problema de la sociedad*" o de la pérdida de "*unos valores morales*". No es que la corrupción se haya adueñado del alma de la sociedad. Se trata, simplemente, de que, por más que la propaganda lo intente, el sentido común actual no acepta como normal que algo físico y tangible tenga el mismo tratamiento que algo etéreo e inabarcable.

Para el libro "*El Derecho de Propiedad. Una Relectio*" la primera nota definitoria del derecho de propiedad es la corporalidad del objeto, de modo que sólo se puede llamar propiedad a las titularidades sobre bienes inmateriales "casi por comodidad de la mente".

Lo dicho hasta ahora no quiere decir que no existan los derechos de autor o que no deban existir. Los autores tienen derechos sobre sus obras, pero no pueden poseerlas ni ser sus propietarios en el sentido tradicional. Es esta visión de propiedad la que contradice a la realidad. Mientras tanto, las leyes y las amenazas pretenden ser el remedio eficaz para que esa distorsión termine encajando.

Objeto de la propiedad intelectual

"*Como ven, a final de cuentas, el derecho de autor constituye el único salario del autor-músico-artista que, con el tiempo, se convertirá en su único patrimonio. ¡Un patrimonio del que es despojado, setenta años después de su muerte! Una vez transcurrido ese tiempo los creadores y sus herederos son expoliados del fruto de su esfuerzo*".
Caco Senante

La propiedad no tiene como finalidad la de su explotación económica, sino que ese es únicamente un medio para alcanzar su fin social. Como dice el catedrático Javier Barnés "*el beneficio o renta económica que, en sus diversas formas, pueda obtener el titular dominical no representan el fin del derecho de propiedad, sino que, por el contrario, constituye un mero instrumento para alcanzar la verdadera función social que se le ha encomendado*".

En concreto, y para subrayar ese carácter de medio destinado a un fin, la propiedad intelectual ha sido siempre especialmente limitada por las leyes. Esos límites se justifican porque el objeto de la propiedad intelectual, al contrario de lo que se pretende hacer creer, no es ni proteger beneficios económicos ni mantener industrias. El monopolio de la propiedad intelectual se introdujo porque se pensaba que era necesario un incentivo para que los creadores crearan y beneficiaran así a la sociedad dándoles cultura a la que poder acceder. Esto es así desde el "Estatuto de Ana" de 1710 que creaba los derechos de autor "*para animar a los hombres iluminados a componer y a escribir libros útiles*".

En EEUU, en el caso Fox Film contra Doyal, el tribunal lo dejó claro cuando dijo que "*el exclusivo interés de los Estados Unidos y el objeto primordial de conceder el monopolio [del copyright] reside en los beneficios generales obtenidos por el público a partir del trabajo de los autores*". Incluso la Organización Mundial del Comercio dice que "*los gobiernos y los parlamentos han conferido a los creadores esos derechos como incentivo para generar ideas que beneficien a la sociedad en su conjunto*". Como dice Richard Stallman, el beneficio para los ciudadanos es el fin, el beneficio para los autores, el medio.

Este objeto primordial, estos beneficios generales obtenidos por el público, son completamente despreciados por el poder económico e ignorados por el poder mediático y, sin demasiada oposición, la práctica mercantil vuelve del revés la teoría legal. Poco a poco la protección del rendimiento económico de la propiedad intelectual ha ido comiendo el terreno que pertenecía a los ciudadanos. Devorando derechos, los propietarios amplían su

coto privado y ya son pocos los que discuten la mentira de que la propiedad intelectual se inventó para proteger a los pocos propietarios que la creen poseer.

Al contrario que el resto de propiedades, que no expiran por el simple transcurso del tiempo excepto en determinados casos como la prescripción, los derechos de explotación de la propiedad intelectual tienen fecha de caducidad. Cuando ésta llega, las obras pasan a ser propiedad de todos y su utilización es libre y gratuita. El dominio privado se convierte en dominio público. Esa libertad de uso beneficia al acceso a la cultura y a la cultura misma.

Beneficia al acceso a la cultura por las mismas razones por las que las playas públicas benefician al ocio y las carreteras públicas a la libertad de circulación. Lo que es de todos es aprovechado y disfrutado por todos.

Beneficia al desarrollo de la cultura porque, al contrario de lo que durante tantos años se nos ha hecho creer, las musas, sencillamente, no existen. La inspiración no surge de la nada a individuos geniales tocados por la mano de Dios. Son las obras que leemos, las películas que vemos y la música que escuchamos, nuestras verdaderas musas, nuestra vital inspiración y nuestro mejor aprendizaje. La creación es, en realidad, un proceso colectivo. Ideas ajenas que tomamos y a las que imprimimos nuestra nota personal haciéndolas diferentes, historias ya contadas que, mezcladas con otras y con nuestra imaginación, adaptamos y actualizamos, canciones ajenas que durante años se han colado por nuestro oído y que son otras cuando salen por nuestra boca.

Shakespeare no sería Shakespeare sin el dominio público y sus obras son lo que son gracias a que pudieron inspirarse sin restricciones en lo construido por otros. El autor inglés, que escribía a la velocidad del rayo, hoy no podría hacerlo sin contar con abogados y una úlcera resistente. La solicitud de permisos para adaptar las obras ajenas es una tarea que solo pueden emprender los que tienen mucho tiempo y muchísimo dinero. Lo malo no es que Shakespeare, de haber nacido hoy, no habría podido escribir lo que escribió, sino que nunca sabremos cuántos shakespeares han dejado mudos las mismas leyes que nacieron para multiplicar su voz.

La razón que se alega para que el dominio público no sea inmediato es que se necesita otorgar unos años de monopolio al titular de los derechos para que explote la obra y así incentivar la creación y, en definitiva, proteger la cultura. Sin embargo, esos límites temporales se amplían tanto que dan la vuelta a la teoría legal, que ahora protege monopolios a costa de la creación. Es decir, ahora se protege al medio a costa del fin.
Los legisladores borran con el codo lo que firman con la mano. El congreso de EEUU ha extendido la protección temporal del copyright 11 veces en los últimos años. El límite actual es tan amplio que a la mayoría de las obras se las come el tiempo y el polvo sin que pasen al dominio de todos. De los 10.027 libros que se editaron en 1930, solo 174 no están descatalogados y a pesar de que el resto permanecen olvidados, nadie puede reinyectarles vida y difundirlos porque incumpliría las normas que protegen la cultura.

La mayoría de las obras dejan de dar algún tipo de rendimiento económico a los

pocos años de publicarse. Que el dominio público comience varias décadas después de la muerte del autor, solo puede estar pensado para proteger a esa minoría de obras que casi un siglo después de nacer siguen reportando beneficios a los titulares de los derechos.

El tiempo de monopolio de las obras se eterniza en perjuicio del acceso a la cultura para que esos elegidos sigan recibiendo rentas por los siglos de los siglos. Pocas veces esos dueños son los que un día crearon las obras, sino las empresas que les compraron los derechos a precio de saldo. Tal y como dice el Manual de la Propiedad Intelectual de Rodrigo Bercovitz "*tanto interés o más que los autores y sus herederos en una mayor duración del derecho de autor lo tienen los causahabientes intervivos de aquellos, que suelen ser los empresarios dedicados a la explotación de las obras. A pesar de las protecciones que el legislador establece para tratar de garantizar que, en efecto, el autor y sus herederos consigan rentabilizar de forma adecuada su derecho, quienes de una u otra forma pasan a ejercer el mismo y a conseguir su rentabilidad en provecho propio son los mencionados empresarios, y, sin duda, no es poco lo que ellos han influido en la prolongación de la duración del derecho de autor para asegurar la rentabilidad de sus inversiones en la obra*".

Mientras el copyright se eterniza y se endurece, la creación se hace cada vez más difícil para todos aquellos que no saben pronunciar las palabras "visa oro". Los documentales o ciertos tipos de música basados en la mezcla de otras piezas ya existentes, solo pueden hacerse si cuentas con autorización para cada uno de los fragmentos que utilizas. La tarea de recabar esos consentimientos es fácil para casi nadie y pagarlos es imposible para casi todos. Cuando una persona no puede hacer un documental sobre Clint Eastwood sin pedir y pagar los permisos de cada una de las personas que participaron en las escenas que utiliza, es que algo falla.

La excesiva duración de los derechos de explotación sobre las obras intelectuales ¿incentiva su creación o la asfixia? La Constitución estadounidense en su enumeración de las facultades del Congreso incluye la de "*promover el progreso de la ciencia y las artes útiles, asegurando por períodos limitados a autores e inventores el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos*". Ese monopolio por tiempo limitado que se otorgaba para favorecer la creación de la ciencia y las artes útiles es la teoría, la práctica es que esa limitación se cumple solo formalmente. Las reformas legislativas hacen que en EEUU el tiempo de duración del copyright no haga más que crecer. Además, al afectar no solo a las obras futuras sino también a las que estaban vigentes en ese momento, tenemos como resultado que la realidad es que el tiempo es ilimitado, solo que se va otorgando por fascículos.

La última de estas leyes de ampliación, la Ley Sonny Bono, fue promovida principalmente por ejecutivos de la empresa Disney, interesados en evitar que Mickey Mouse pasara al dominio público en 2.003. Por un lado estaba el interés de los ciudadanos de que los límites temporales del copyright sean lo más cortos posible y, por el otro, el interés de que ese cruce entre mono y ratón no entrara en el dominio público. Por supuesto fueron los dueños de Mickey los que se salieron con la suya. La carrera está amañada, y cada vez que el dominio público está a punto de alcanzar al copyright de las grandes corporaciones, a éstas les dan 20 años de ventaja.

Teniendo en cuenta que el copyright tiene como objeto la promoción de las creaciones intelectuales y el beneficio social, la discusión sobre su extensión temporal tiene que hacerse con la vista fija en ese fin. No es la protección de los pocos que siguen vendiendo obras después de varias décadas tras su muerte los que han de ser protegidos por unas leyes diseñadas para satisfacer un interés general. Mark Twain dijo que le gustaba la extensión del copyright porque "*eso beneficia a mis hijas que no tienen capacidad para ganarse la vida como lo hice yo, a quienes eduqué como jóvenes señoras que no saben, ni logran hacer nada*". Aunque esa imagen de las mujeres choca con la mentalidad de los que ya han completado la evolución del mono al ser humano, el concepto de propiedad del viejo Mark, para muchos, no se ha movido un ápice desde aquella fecha. Los que consideran que los derechos de autor les otorgan la facultad de uso y abuso de su propiedad intelectual, conciben los límites de éstas como poco menos que un robo permitido. En EEUU la Nashville Songwriters Association se ha referido al dominio público como "*piratería legal*" y en España, Caco Senante, lo llama expolio del fruto del esfuerzo del creador. La protección del provecho de unos pocos para que las manos invisibles del mercado beneficien a todos los demás, es la teoría que defienden los que reciben sus rentas de manos visibles y bien visibles.

Es desigual la lucha en la que se enfrentan los derechos empresariales de unos pocos y los de los ciudadanos a acceder a la cultura. El legislador transforma los deseos del poder económico en leyes, y los medios de comunicación los convierten en noticia o sentido común. En los tiempos del mundo al revés resulta revolucionario o loco exigir que los derechos de autor sirvan al fin por el que nacieron.

Antes, poco tenían que decir los ciudadanos que permanecían ajenos a esta guerra cuyas bajas y resultados no aparecen en las crónicas de los diarios. Pero llegó Internet que abolía de hecho todos y cada uno de los postulados que los propietarios habían conseguido introducir a costa de todos los demás. La guerra se recrudeció y se hizo oficial. Era la hora de la invitación al miedo.

Algunas fuentes consultadas

Manual de Propiedad Intelectual. Coordinador Rodrigo Bercovitz Rodríguez-Cano. Editorial Tirant Lo Blanch.

Artículo “El futuro de la información: ¿vamos hacia donde queremos?” de Jesús M. González Barahona

LE MONDE. 8/4/05.
Diario Gran Málaga. “La UMA presenta el Logo que evitará el pago de derechos a los Picasso”. 17/9/04.

Boing Boing. “Help rat on people who sing Happy Birthday!” 1/3/2005.

El Universal. “Una empresa china registra las palabras “Happy Birthday” en EEUU y EU”. 18/10/04.

“No Logo”. Naomi Klein.
Chicago Readers. 28/1/2005.

BBC News. “Silent music dispute resolved”. 23/9/2002.

Código Civil, artículo 445.

El País de las Tentaciones. “Próxima Estación: Esperanza”. 22/11/2002.

Programa Enfoque. La 2. 23/02/2005.

“El Derecho de Propiedad. Una Relectio”. Ángel M. López y López.

Javier Barnés. "La propiedad Constitucional. El estatuto jurídico del suelo agrario".

Richard Stallman. “Software Libre para una Sociedad Libre”. Diciembre 2004.

OMC. “Propiedad intelectual: protección y observancia”.

Baquia. “El Supremo de EEUU se mete en la guerra del copyright”. 29/10/2004.

“Free Culture”. Lawrence Lessing. Traducido por Antonio Córdoba.

Mark Twain. Audiencia en el Congreso. Año 1906.

Caco Senante. “Autores, Músicos y Artistas. Su papel en la revolución de los contenidos”.

LA INVITACIÓN AL MIEDO

LA INVITACIÓN AL MIEDO

"Puedes hacer clic, pero no te puedes esconder"
Eslogan de la campaña de la MPAA contra las descargas de películas a través de Internet

La catástrofe está a punto de pasar. Tal vez no será hoy ni mañana pero sabes que es inminente. No conoces la identidad de quién la ejecutará ni por qué. Hace tanto tiempo que tienes miedo que ya no recuerdas exactamente a qué temes. No es a nada. Es a todo. Tu vecino no es de fiar y estás seguro de que tu amigo está a punto de apuñalarte por la espalda. Probablemente pierdas tu empleo. Probablemente suspendas el examen. No enfades a tu jefe. No enfades a tu profesor. No armes bronca. Solo hay una forma de retrasar que las calamidades te exploten en la cara y sabes muy bien que es cerrando la boca. Cuando tengas el agua hasta el cuello, ni te muevas.

La amenaza, el coscorrón y la invitación al miedo son los recursos más utilizados por los expertos en amaestrar ciudadanos y domesticar ideales. Bien sabe el poder que el terror es la mejor arma de control. Bien sabe el poder que la porra no llega tan lejos como el miedo a la porra.

CAZA AL PIRATA

"*No pensamos hoy denunciar a los usuarios*".
Pedro Farré, el 19 de Abril de 2005, tranquilizando con palabras que caducan a las 24 horas.

Poco antes del verano de 2003 se difundió la noticia en Internet de que una futura reforma del Código Penal convertiría en delito la descarga de obras intelectuales. Según esa información, el legislador español había decidido convertir en criminales a buena parte de la sociedad. Comenzaba con este anuncio una carrera desbocada hacia la invitación al pánico.

Cuando esta alarma saltó por el mundo virtual sus habitantes actuaron como si estuvieran divisando un meteorito enorme acercándose a su planeta y decidieron aprovechar el poco tiempo que les quedaba. Fue así como la lujuria del Carpe Diem, propia de los últimos meses de vida de toda una generación, se adueñó de las conexiones a Internet que bajaban sin parar toda clase de material. Había que hacerse con la mayor cantidad de reservas posible: películas, discografías y libros para poder soportar en los refugios el Armageddon. Y fue así como System of a Down, y ToteKing y La Naranja Mecánica, y Miles Davis, y Sabina, y Annie Hall, bajaron a toda prisa para hacernos más soportables los tiempos post-holocausto; para darnos su compañía en los terribles momentos que se avecinaban.

Lo que nadie esperaba es que en plena bacanal de descargas varias empresas, impacientes porque se les devolviera su monopolio, habían decidido denunciar a los usuarios de redes P2P que se hacían, sin pasar por caja, con estas preciadas obras. La denuncia en cuestión pediría hasta 4 años de cárcel además de importantes sumas económicas cuya cuantía sería el resultado de multiplicar cada archivo descargado por su precio de venta al público.

Xavier Ribas, que decía ser el abogado de estas empresas, aseguró que la denuncia tenía por

objeto sensibilizar a los usuarios de P2P. "*Campaña de sensibilización*" es como a algunos les gusta llamar a enseñar los dientes. "Sensibilizados" es el nombre que reciben los que huyen espantados.

El pánico fue generalizado, pero, con el paso de los días, el hecho de que Ribas no diera el nombre de las empresas que supuestamente estaban tras la denuncia y las numerosas contradicciones a la hora de narrar su interposición, hizo que Internet suspirara de alivio. Aquello sonaba al tradicional "*que viene el coco*", así que todo hacía prever que la profecía se había equivocado: ni era el fin del mundo, ni el mar se iba a convertir en sangre, ni iba a haber diluvio universal.

Casualmente fue justo en el momento en el que la tranquilidad se hizo pública, cuando reapareció la noticia de que la denuncia se interponía definitivamente con el agravante de que ya eran 38 las importantes empresas de software que se adherían a ella. El miedo se estaba perdiendo y había que reinyectarlo doblando la dosis.

Según las nuevas informaciones dadas a la prensa se estaba tomando acta notarial de las declaraciones publicadas en los foros de Internet. Esto, traducido al lenguaje común, significa: "*cuidadito con lo que hablas*". Ahora no solo la gente debía estar asustada de si iba a compartir litera con un violador de menores por bajarse el último de Ramoncín, sino que las posibilidades aumentaban si hablaban más de la cuenta. De todos es sabido que el amenazado mudo está más guapo. Es molesto pisarle el pie a alguien y que encima tengamos que soportar sus quejidos. Al cazador le ofenden los rugidos del león que caza.

Finalmente, las demandas demostraron ser lo que parecían ser, y jamás se interpusieron, pero, la campaña del terror, no frenó. No solo la televisión, la prensa y la radio avisaban de los futuros desastres que traería la piratería sino que incluso Dios, por medio de sus representantes en la tierra, avisó de que en el infierno se estaban haciendo obras de ampliación para dar cabida a todos aquellos pecadores que se bajaban archivos de la red. Aunque parezca mentira la "Christian Music Trade Association" dice que Dios dice que bajar música de Internet es un pecado capital porque incumple el mandamiento de "*no robarás*". El robo es, según la legislación española, apoderarse con ánimo de lucro "*de las cosas muebles ajenas empleando fuerza en las cosas para acceder al lugar donde éstas se encuentran o violencia o intimidación en las personas*". Sin embargo, desde el cielo, se pretende ampliar el concepto.

A la misma conclusión llegaron cuarenta teólogos reunidos por iniciativa de la Conferencia Episcopal y que concluyeron que Internet traía nuevos pecados y, entre ellos, "*la obtención de música y películas ilegales*". Esta práctica terrenal que multiplica los panes y los peces de la cultura puede cerrarte las puertas del cielo si te dejas llevar por las malas compañías de la Red.

Mientras tanto, en España, Antonio Guisasola, presidente de Promusicae, asegura que esas leyes divinas rigen también en la tierra. Según explicó al periódico Expansión demandará "*a alguien*" para demostrarlo. Este método científico, que se basa en echar a la pirula quién será el tipo al que angustiarás durante un buen trozo de su vida, no fracasará aunque fracase en los tribunales. Guisasola sabe que independientemente de lo que el juez sentencie, el pleito ya es de por sí escarmiento ejemplar.

DEFENSORES DE LA CULTURA

Orrin Hatch

Desde Estados Unidos, Orrin Hatch, miembro del Congreso, propuso idear un sistema por el cual se consiguiera destruir por control remoto los ordenadores de aquellas personas que usan las redes P2P. Pero no crean que Orrin es una persona intolerante, él, por supuesto, daría dos avisos al internauta y si a la segunda éste silba y mira para otro lado se procedería a la destrucción de la máquina. Según las propias palabras del simpático senador: "*Si encuentran la manera [de frenar las descargas de música] sin destruir los ordenadores, estamos dispuestos a escuchar. Pero si es la única manera, estoy de acuerdo en destruir los ordenadores. Cuando haya unos cientos de miles, creo que la gente se dará cuenta de la seriedad de sus actos. No hay excusa para cualquiera que viola las leyes del copyright*".

Como era de esperar, la Red se llenó de acaloradas críticas a la contundente propuesta de Hatch. Pero eso no hizo cambiar de opinión al senador que, mediante un comunicado, se reafirmó en todas y cada una de sus posturas. Se defendió diciendo que estaba preocupado por los derechos de autor y que, para protegerlos, trataba de encontrar "*soluciones eficaces*".

Fue Lawrence Simon, programador informático en paro de Houston, el que aprovechó su tiempo libre para dar una lección al chiflado de Orrin. Husmeando en la página web del senador pudo descubrir que contenía software de la empresa Milonic Solutions sin contar con la correspondiente licencia de uso, vulnerando, así, el copyright. Se propuso entonces por la comunidad internauta la destrucción inmediata del ordenador del propio senador pirata. Hatch aprendió así dos lecciones inolvidables: no abuses de la cafeína a la hora de hacer propuestas de ley y no enfades a los informáticos en paro.

Este senador, que entre 1999 y 2004 recibió 159.860 dólares de las industrias de la televisión, el cine y la música para sus campañas, sabe bien quiénes son sus clientes y ante quién debe responder. La importancia que a los derechos de autor otorga Hatch quedó claramente definida en una de sus sinceras declaraciones: "*Quiero resolver este problema por la industria grabadora, la industria cinematográfica y la industria editorial. Nos tienen que importar un bledo los derechos de autor*".

Genaro Ojeda

Aunque el bueno de Orrin parece insuperable, la verdad es que Genaro Ojeda es uno de mis fanáticos favoritos. Este director de IFSA, una de las distribuidoras cinematográficas del Paraguay, tiene una idea también interesante. A él no le basta con denunciar a los piratas sino que también habría que fotografiar a los que compran en las mantas para mayor escarnio. Él lo expresa así de directo y sin anestesia: "*tenemos que denunciar, salir a la calle, sacarles fotos a los que compran, a los que colaboran con la piratería*".

En Perú, la idea de Genaro se convertirá en show televisivo. Como anuncia Bruno Pinasco, en su programa 'Cinescape' van a incluir una sección donde sorprenderán a personas comprando objetos piratas. Ese segmento del programa que se llamará "*el pirata de la semana*" es "*una forma de llamar la atención para que no se cometa este tipo de infracciones*".

Howard Berman

Simpático congresista demócrata que en Julio de 2002 presentó una propuesta de ley, la Peer-to-Peer Piracy Prevention Act, que pretendía dar inmunidad a las empresas propietarias del copyright para que sabotearan los ordenadores de los usuarios de redes P2P sin tener que preocuparse de molestos riesgos legales. Berman lo justificaba diciendo que "*en cuanto las redes P2P puedan crear nuevas formas más eficaces de intercambio de ficheros, las discográficas y los estudios deben ser libres de utilizar todo tipo de técnicas para frenar esa actividad*".

José Miguel Álvarez, músico y compositor

"*La solución [a la piratería es] cambiar la ley, intentar no permitir lo que es la copia privada, meter mano dura en Internet, por supuesto que la gente cumpla la ley y que con los discos piratas castiguen tanto al que vende como al que compra*".

¡Relájate, fiera!

Disney

El imperio de Disney se basa en la adaptación de obras del dominio público. Cenicienta, Blancanieves o Pinocho, son cuentos rescatados y actualizados. No tiene nada de malo que estos tres personajes hayan recobrado vida gracias a que eran del dominio de todos, pero resulta sorprendente que esta empresa, que es lo que es por el dominio público, sea también la que más ha hecho por hacerlo desaparecer. Cada vez que el ratoncito Mickey se hacía viejo y le acechaba la posibilidad de la jubilación, las leyes, como por arte de magia, aumentaban el límite temporal del copyright. Si comparamos la edad de Mickey Mouse con las sucesivas reformas de ampliación veremos que no dejan demasiado lugar a la duda de quién promovió las reformas para que esos límites se estiran hasta el infinito.

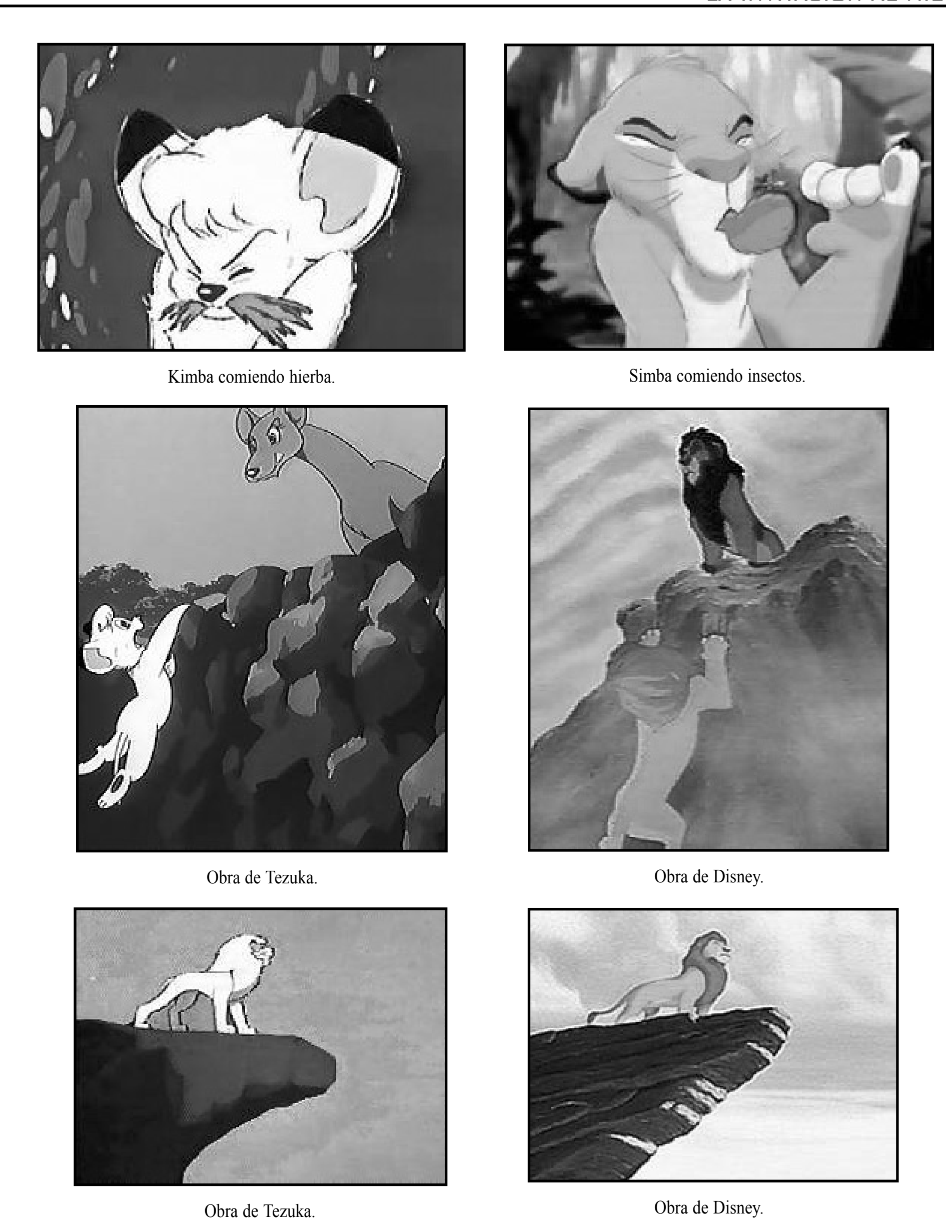
Pero no solo del dominio público se ha nutrido Disney, también el plagio parece haber sido una de sus fuentes de inspiración. El plagio es, como sabe todo el que conozca a Ana Rosa Quintana, la atribución de la paternidad de una obra que es ajena, y esto es, probablemente, lo que ha hecho Disney con su película El Rey León.

En esta famosa película de dibujos animados de 1994, se cuenta la historia de Simba, un león que a la muerte de su padre decide exiliarse. El padre de Simba le anima y apoya apareciéndose en el cielo para decirle que ha de ser valiente y recordar que él es el Rey.

Treinta años antes, Osamu Tezuka, había contado la misma historia. En ella, un pequeño león queda solo a la muerte de su padre debiendo convertirse en el rey de la selva, bajo la guía de su difunto progenitor que se le aparece representado en la luna. Sin embargo, también hay diferencias: el futuro rey de la selva no se llama Simba, como en la obra de Disney, sino Kimba (repárese en que la inicial del nombre es radicalmente distinta).

No es solo la historia, algunas de las imágenes son sencillamente idénticas: (ver **imágenes en página 31**)

El plagio parece tan evidente que hasta los Simpsons se han permitido gastar alguna broma al respecto. En uno de sus capítulos, Lisa ve una nube con la forma de Encías



Kimba comiendo hierba. Simba comiendo insectos.

Obra de Tezuka. Obra de Disney.

Obra de Tezuka. Obra de Disney.

Sangrantes. Junto a él está Mufasa, padre de Simba, que, desde los cielos, dice: "*debes vengar mi muerte Kimba, ehh… digo, Simba*".

Las acusaciones de plagio no impiden a Disney ser, al mismo tiempo, una tiránica defensora de su cortijo particular. En 1991, tres años antes de que Simba devorara a Kimba en todos los cines del mundo, Disney obligó a madres de un pueblo neozelandés a retirar las imágenes de Pluto y del Pato Donald que pintaron en un patio de recreo porque vulneraban sus derechos de copyright.

Microsoft

Las tácticas para proteger la propiedad intelectual que usa este mastodonte no son las más limpias. Según Informativos Telecinco, la estrategia seguida recientemente en España consiste en que un detective que se hace pasar por cliente entra en tu tienda de informática y te plantea el dilema legal: "*Te compro este PC si me instalas Windows pirata*". El 41% de las tiendas españolas cae en la tentación y acepta el trato. Una segunda visita te da la oportunidad de redención pero, aún así, muchos vuelven a dejarse llevar por el diablo, que porta tarjeta de crédito en lugar de tridente.

Así funciona el método "*comprador misterioso*" y que debería suponer el despido inmediato de su ideólogo. No solo porque su nombre es estúpido, sino también porque su procedimiento se parece peligrosamente a lo que se define como inducción al delito.

Cuatrocientos comercios españoles tendrán que rendir cuentas en los tribunales por haberse dejado llevar por las malas compañías. Si este fue el procedimiento y se prueba, serán los jueces los que decidan si el diablo es el que tienta o el tentado.

ACAM (Asociación de Compositores y Autores de la Música)

La web de la Asociación de Compositores es un lugar de referencia para todos los aficionados al humor. La visión de los derechos de autor que tiene esta asociación es tan ultraprotectora que, en su sitio de Internet, puedes encontrar artículos que aseguran que prácticamente es delito respirar el mismo aire que Alejandro Sanz. Todo eso de que el derecho penal se basa en el principio de proporcionalidad o de intervención mínima, importa muy poco para los que quieren defender su coto privado caiga quien caiga. El principio jurídico de que la cárcel es esa cosa desagradable de los barrotes, las duchas compartidas y los jabones resbaladizos, y que, por lo tanto, solo se recurre a ella para casos realmente graves, es absolutamente despreciado por quienes han decidido que están librando una guerra nada menos que contra la sociedad.

Las interpretaciones que hacen de las leyes penales son tan alocadas y expansivas que no hay ciudadano que se libre de ser un delincuente o de encubrir a uno. A veces no son artículos propios, sino que hacen referencia y transcriben todos aquellos que, por ridículos que sean, defiendan las tesis de esta asociación.

Según un artículo reproducido sin rubor en esta web, "*hacer una copia de un CD para dársela a otra persona (a un amigo) o mandarle las canciones por e-mail sí es una práctica penalmente perseguible*. [...] "*Asimismo, tampoco está permitido difundir la música sin permiso del autor. Podría castigarse penalmente, por ejemplo, poner CD´s grabados en una fiesta*". Como puede comprobarse, no se refiere a una fiesta que tenga necesariamente un fin lucrativo, sino que tu fiesta de cumpleaños podría valer para asignarte una celda a pensión completa. Como saben los que algo saben de Derecho Penal, si una práctica es generalizada no puede ser nunca delictiva. Los Códigos Penales que no han sido escritos por el Tercer Reich no se encargan de excluir a sectores sociales completos, sino que solo están previstos para esos pocos que deciden hacer lo que la sociedad ha resuelto considerar como claramente repudiable.

ACAM se ha ocupado de representar el lado duro de la defensa de la propiedad intelectual. Algunos artículos de sus colaboradores se pasean por el filo de los límites de la

libertad de expresión con insultos gratuitos sin ningún contexto que los justifiquen. "*Pandilla basura*" es como llama una colaboradora de esta asociación a un grupo de personas que actualmente tienen la mala costumbre de expresar con asiduidad sus ideas sobre propiedad intelectual en Internet.

Quizás porque son conscientes de la dureza con la que suelen calificar a muchos internautas, ACAM tiene probablemente la cláusula de exención de responsabilidad más ridícula de toda la Red. En ella dicen que ACAM y acam.es no solo no tienen por qué estar de acuerdo con los artículos ajenos que reproducen en su web, sino que tampoco "*tienen por qué estar necesariamente de acuerdo con las opiniones y artículos propios*". Magnífica forma de eludir responsabilidades la de insultar y simultáneamente avisar de que puede que no estés de acuerdo contigo mismo.

Con interpretaciones legales que dibujan un mundo chiflado donde los actos más comunes te llevan a la cárcel y con unas formas no mucho más educadas que las de un tertuliano de Crónicas Marcianas, ACAM ocupa el puesto de una de las asociaciones más odiadas por los internautas que siguen más de cerca los conflictos con los derechos de autor. De tanto insulto, la web de la Asociación de Compositores solo es apta para los ciudadanos con una úlcera a prueba de bombas o para los autores que han aceptado como buena estrategia la de perseguir a sus fans con un palo. Conocedor quizás de estas características, el presidente de ACAM, Teo Cardalda, define a su asociación como el "*brazo armado de los derechos de autor*".

Vale Music y el disco "No a la Piratería"

"Puede que la contraportada de "No a la Piratería", CD presentado esta semana en Madrid apoyado por Vale Music y la Oficina de la Defensa de la Propiedad Intelectual, sea dura. Pero muy dura es, también, la situación por la que están pasando la música y los que la hacen posible en España.

[...]

Por todo esto -los que estamos en contra de la piratería cultural, aquella que conseguirá impedir si no lo paramos que la Cultura llegue a las manos de la sociedad- apoyaremos cualquier acción, como la del CD "No a la piratería", encaminada a recordar a propios y extraños las auténticas raíces de este mal.

ACAM, el 11 de Junio de 2004, en su artículo "Nos roban, lo venden y lo compran en la calle y quieren que nos callemos" en respuesta a las protestas de muchos internautas por la contraportada del disco "No a la Piratería".

"Tras la presentación del CD la semana pasada los internautas que defienden de forma más radical la "derogación", entre otros derechos contemplados en la Ley de Propiedad Intelectual, de la copia privada (sic) arremetieron contra SGAE y Fundación Autor acusándoles de xenófobas".

[...]

"acam.es ha podido saber que SGAE ordenará, hoy mismo, la inmediata retirada del CD de las tiendas si no desaparece la polémica contraportada. Asimismo emitirá un comunicado en el que pronunciará su desacuerdo con el contenido del mencionado texto. Solo queda felicitarse por la rápida decisión de la entidad de gestión [...]".

ACAM el 23 de Junio de 2004

La discográfica Vale Music en una nueva muestra de que todo está permitido en su cruzada particular, lanzó un compacto titulado "No a la Piratería" que presentó en la sede de la SGAE. La contraportada del disco arremetía contra prácticamente todo el planeta tierra. El texto señalaba con el dedo a los "*grandes aliados del negocio de la piratería discográfica*" que eran "*la permisividad de la justicia, la tibieza de la policía, la ineficacia de la política y la inconsciencia de los consumidores*".

Pero fueron los inmigrantes los que se llevaron la peor parte. Gracias al disco nos enteramos de que el mantero no es "*un pobre hombre inmigrante*" y de que ya está "*por todas partes*". De hecho, dicen, "*hay calles donde es difícil caminar sin pisarlos*". Además "*los inmigrantes ya saben que España es un chollo. Pueden vender en la calle y no les pasará nada. Cada vez vienen más*".

Todos protestaron. Para CCOO esas expresiones acariciaban el racismo y entidades como FACUA y SOS Racismo pidieron también la retirada inmediata del disco por los mismos motivos. La SGAE cedió y solicitó a Vale Music que hiciera desaparecer el texto porque algunas de sus frases eran "*poco afortunadas*". Pero lo que más parecía haber pesado en la decisión es que hubiera generado malestar en una asociación "*de tanto prestigio como SOS Racismo*". Es posible que tú, lector, también protestaras por aquello y es probable que así estuvieras durante casi dos semanas. A pesar de eso no te hicieron caso, pero, seamos serios, ¿tú tienes prestigio ni nada?

En realidad mentiría si dijera que fue unánime la crítica negativa. De hecho la página neonazi "Nuevo Orden" mostró todo su apoyo al texto desde su sección "*la invasión que no cesa*". Desde esta página puedes además bajarte el libro "Mi Lucha" de Adolf Hitler (el famoso serial killer) y leer artículos que terminan con el pegadizo eslogan de "*Resistencia Blanca*".

Obviamente, que un nazi muestre su acuerdo contigo en tu perspectiva sobre la inmigración en un punto muy concreto, no te convierte en uno de ellos, pero sí es una buena alarma para ir replanteándose algunas posturas.

ASCAP (Sociedad Americana de Compositores, Autores y Editores)

Las Girl Scouts son esas adolescentes que, según nos cuentan las películas de sobremesa, visten uniforme verde, dan la murga vendiendo galletas de puerta en puerta y se reúnen alrededor de una hoguera para cantar juntas algunas canciones. La ASCAP, el equivalente a la SGAE en Estados Unidos, decidió que entonar esas obras en los campamentos era como un concierto en miniatura, así que habría que pagar para poder interpretarlas de forma legal. Las Girl Scouts, que son unas gorronas y se quedan con toda la pasta que sacan de la venta de magdalenas, no pagaban un centavo por cantar esas canciones así que ASCAP concluyó que se estaban vulnerando sus derechos. Uno de los abogados de esta asociación ofrecía el siguiente razonamiento: "*[Los campamentos de Girl Scouts] compran papel y otros materiales para sus manualidades—también pueden pagar por la música [que utilizan]... Si siguen cantando [nuestras canciones] sin pagar, los demandaremos si es necesario*".

En la actualidad las Girl Scouts pagan un canon anual para poder cantar en los campamentos.

MPAA (Motion Pictures Association of America)

“No vamos a llevar a cabo acciones legales contra usuarios que descarguen archivos de forma ilegal como ha hecho el sector de la música. No creemos que este modelo sea eficaz. Pensamos que es más adecuado realizar campañas educativas y promover descargas legales de películas de calidad a buen precio”.

Motion Picture Association of America el 9 de Agosto de 2004 en referencia a los usuarios de P2P.

"Quienes han robado nuestras películas creen que son anónimos en Internet, sin arriesgarse a ser responsables por sus actos. Se equivocan. Sabemos quiénes son, e iremos tras ellos, como lo probarán estas demandas"

Motion Picture Association of America el 5 de Noviembre de 2004 en referencia a los usuarios de P2P.

Jack Valenti, el que fuera presidente de la MPAA durante 38 años, es probablemente el mayor defensor del endurecimiento de las leyes de copyright que ha existido nunca. Como dijimos, la propiedad intelectual tiene varios límites que pretenden hacer posible su función social, y, uno de ellos, es el límite temporal. Al contrario que el resto de propiedades que son eternas excepto en determinados casos como la prescripción, los derechos patrimoniales de la propiedad intelectual tienen un límite en el tiempo. En EEUU, el primero de estos límites se fijó en 14 años. Por supuesto, los propietarios siempre han luchado por ampliar ese margen y, también por supuesto, siempre lo han conseguido. Estas ampliaciones, que protegen a los propietarios frente a todos los demás, no le bastan al bueno de Jack. Él quería que la propiedad intelectual fuera “*para siempre*”. Cada vez que le ponen un micrófono cerca, el trastorno obsesivo compulsivo de Jack le obliga a soltar lo de “*para siempre*”. Sin embargo, le contestaron que eso es imposible porque la Constitución prohíbe expresamente esa posibilidad. Nunca se vería en las leyes del copyright un “*para siempre*”. Los ciudadanos también tenían derechos y es incompatible con el acceso a la cultura un monopolio eterno. Jack acató la decisión e hizo una nueva proposición acorde con la exigencia constitucional: pidió que la propiedad intelectual fuera “*para siempre menos un día*”. Un tipo listo.

Interpretando las restrictivas leyes de su país de forma aún más restrictiva, Jack llega a la conclusión de que es ilegal enviar a un amigo por correo electrónico la copia de una obra intelectual… aunque se mande a una dirección que no existe.

La MPAA, que durante casi 4 décadas dirigió Valenti, ha demandado a decenas de personas que intercambian películas en Internet. Esta campaña de marketing, que usa como espacio publicitario el cuerpo de los jóvenes demandados, va acompañada de una moraleja impresa en diarios y carteles que dice: "*si crees que puedes salir airoso después de traficar ilegalmente con películas, piensa de nuevo*”.

El nuevo presidente de la MPAA, Dan Glickman, sigue así la cruzada iniciada por su

predecesor y no tiene problemas en declarar la guerra a los usuarios de P2P en un país donde hay más usuarios de P2P que votantes de George Bush. "*Los que intercambian archivos deben comprender que pasan cosas malas cuando robas material con derechos de autor. Estas demandas son sólo una de esas cosas malas*", dice Dan, demostrando que sabe cómo tratar a los criminales.

RIAA (Asociación de la Industria de la Grabación de América)

"Lo que parece claro es que a la industria discográfica no le interesaba ir contra todos los usuarios de Napster, en primer lugar por la imposibilidad material de hacerlo - estamos hablando de millones de personas en distintas jurisdicciones - y en segundo lugar, porque no parece recomendable demandar a los consumidores de tus productos".

Extracto del libro "*Aspectos jurídicos de la música en Internet*" publicado 6 meses antes de las demandas de la RIAA contra los usuarios de las redes de pares.

La RIAA ideó una campaña de concienciación que consistía en mandar masivamente mensajes a los usuarios de las redes P2P en los que se les advertía que bajar música de Internet equivale a un robo y que la persona receptora del mensaje podía ser "*fácilmente identificable*", que es la forma que tienen las empresas de decir eso de "*me he quedao con tu cara*".

Esta vez iba en serio y las demandas comenzaron a interponerse. Los 60.000.000 de estadounidenses que usan estas redes están actualmente en peligro de acabar en los tribunales. Ya son 7.704 los que han sido demandados. Haciendo una simple operación matemática podemos concluir que si siguen este ritmo, que no es lento, terminarán de enjuiciar a todos los demás en el año 15.634.

Entre los elementos peligrosos que se encontraban en la primera tanda de demandas, estaba Brianna Lahara, una despiadada niña de 12 años que descargaba música de Internet ataviada por el pasamontañas que suelen llevar en la cabeza los internautas cuando se conectan al emule. Pero la edad de la criminal no importa. Como dijo el presidente de la RIAA, Carey Sherman, poco antes de interponer las demandas, "*es difícil sentir compasión hacia alguien que roba sin respetar los derechos de autor*".

La represión multiplica a los activistas. Jack Bolsen, un administrador de redes de Norfolk, Virginia, dijo que la RIAA lo había alienado tanto como consumidor que no pensaba comprarse discos de ninguna de las discográficas a las que ésta represente. "*Sencillamente, no estoy dispuesto a seguir pagando 18 dólares por un CD, en particular, cuando las ganancias se usan para demandar niñas de 12 años, abuelas y otras personas que son ciudadanos respetuosos de la ley*", dijo Jack.

Pero el hecho de que una de las primeras demandadas fuera una colegiala y que eso desatara un escándalo no les hizo replantearse la estrategia y solo retiraron la demanda una vez que Brianna les pagó 2.000 dólares. La cantidad no fue aleatoria sino que la RIAA exigió saber cuáles eran los ahorros de la niña. Cuando les dijeron que ascendían a 2.000 dólares, en esa cifra fijaron la cantidad. Mitch Bainwol, jefe ejecutivo de la RIAA lo explicó: "*la distribución ilegal de música protegida por derechos de autor tiene consecuencias*". Y por si

alguien no había entendido la moraleja de la fábula, la resumió un poco más: "*como ilustra este caso, los padres deben estar enterados de lo que hacen sus hijos en las computadoras*".

Esta advertencia que te sugiere que tu hijo puede ser un criminal que tienes que controlar y temer, no es exclusiva de EEUU. En relación con los suculentos acuerdos extrajudiciales a los que muchos padres tuvieron que llegar en Inglaterra por las demandas que la industria discográfica interpuso contra sus hijos, el periódico Expansión, en su sección "Empresas", recordó que "*tener un hijo 'pirata' sale caro*". Algunos de los padres de estos forajidos bajitos, declararon que se sentían "*consternados al descubrir lo que sus hijos se traían entre manos*".

Este ataque pretende justificarse en que no hay nada que reprochar al hecho de morir matando. Una industria se desmorona y nadie puede recriminarle que el instinto de supervivencia haga que se lleve a unos cuantos inocentes por delante, ya sean niños o ancianos. Sin embargo, lo cierto es que esta estrategia ya se trazaba desde 1999 y en ambientes de optimismo por el ascenso de ventas. En aquellos tiempos la "*lucha contra la piratería*" era planteada sin pudor como una simple estrategia más para seguir creciendo económicamente. En la 10ª conferencia anual de la música latina organizada por Billboard los mercaderes de cultura se dieron palmaditas en la espalda congratulándose por las cifras record obtenidas por la música latina en EEUU y por "*la perspectiva de que hay terreno para un crecimiento aún mayor*". En medio de la celebración, Dopico, director del departamento de música latina de la RIAA, planteó que una "*actitud agresiva contra la piratería*" podría "*incrementar el volumen de ventas*[1]".

En esta encarnizada lucha contra el intercambio de obras intelectuales, es la sociedad, nada menos, el enemigo a batir. Pedro Farré, lo dejaba claro en un debate radiofónico por motivo de la Campus Party: "*la SGAE ha dignificado la posición del autor frente a los poderes públicos y frente a la sociedad española*". Cuantiosos y poderosos enemigos, sin duda.

Teddy Bautista también sabe bien quién se encuentra al otro lado de la trinchera. Para él la actual situación "*no es un problema de la industria de la música, sino de la sociedad española*". Y continúa con su ya legendaria habilidad para las comparaciones: "*Si admitimos la piratería de discos, ¿por qué no la de pasaportes, la de billetes de 50 euros o la de entradas de fútbol?*". Es la sociedad, toda ella, la que se equivoca y ante ello las cárceles o la evangelización de la comunidad de los rectos se presentan como una buena alternativa para reinsertar en la sociedad a toda la sociedad.

Como es imposible encarcelar a un país entero, serán las cabezas de turco las que demostrarán que contrariar las órdenes del poder económico conlleva castigo. El miedo nos convierte en nuestros propios censores y nos instala un policía en cada uno de nosotros.

Miedo al infierno, miedo a que mi ordenador estalle, miedo a la prisión, miedo a las empresas que me sensibilizan con la cultura del miedo. La clase media, que es esa a la que un golpe en su coche que su seguro no quiera pagar le puede significar estar al borde de la bancarrota, tiene continuamente la sensación de estar caminando en la cuerda floja. Mientras tanto, los empresarios muchimillonarios te soplan para que pierdas el equilibrio y cuando estás a punto de caer te ofrecen la mano si les das la camisa, los calzoncillos y el reloj. Sin embargo, esto no está considerado robo ni por las leyes divinas ni por las humanas.

(1) Reseña de SGAE de un artículo de BILLBOARD publicado el 1 de Mayo de 1999 realizada en el nº3 del boletín Info Breve

Siente un rico en su mesa

"Habitación blanca, flores blancas, mesas y manteles blancos, cortinas blancas, velas blancas, sofás blancos, lirios blancos y rosas blancas".

Lista de exigencias de Jennifer López incluidas en sus contratos de actuación en vivo.

Luis Hernández de Carlos, presidente de la Federación de Distribuidores cinematográficos, en la presentación de la campaña antipiratería "*Ahora la ley actúa*", dijo: "*Se están despidiendo ejecutivos porque no se están cumpliendo los objetivos previstos. Esto es un drama muy grave*". Un momento ¿se están despidiendo ejecutivos? ¿Y Cáritas se queda cruzada de brazos? ¿Es que nadie va a hacer nada para frenar esto?

Sé que al principio dan grima pero llega un momento en el que inevitablemente te dan pena. Por mucha rabia que produzcan esos tipos ricos que salen llorando en televisión por las descargas de Internet, es imposible que no conmuevan aunque solo sea un poco. Bustamante no parece un mal chico si exceptuamos lo de que haya sacado un nuevo disco y tuve el placer de compartir una hora de mi vida con Chenoa y puedo asegurar que los dos mitos que la rodean son falsos: ni es antipática ni su trasero es desproporcionado.

La verdad es que, como tendremos ocasión de comprobar más adelante, las últimas encuestas dicen que la mayoría de los músicos piensan que el intercambio en las redes P2P les beneficia económicamente. Sin embargo, no es habitual escuchar a este tipo de músicos sino que solo son los pocos ricos de la industria los que aparecen en los medios opinando de la "piratería".

La BBC explicaba bien cuál el problema: los "*grandes de la industria musical*" protestan contra los intercambios de música en Internet porque "*podrían privarlos de la forma de vida a la que se han acostumbrado*".

De todos es sabido que es complicado romper la fuerza de la costumbre. Las piscinas climatizadas, el caviar y los paseos por Miami han creado una rutina que, por monótona que sea, resulta costosa de romper. Teniendo en cuenta que es el interés privado de esos pocos el que está en peligro y que las minorías también han de ser protegidas, lanzo aquí algunos consejos prácticos para defender a los millonarios de los egoístas intereses colectivos.

Primero: Finja ser rico.

Ser rico es muy aburrido. Al ser una minoría, rápidamente se conocen todos y a los dos días ya se han puesto a parir entre sí. La verdad es que vivir en ese reducido y ostentoso mundo puede acabar agotando a cualquiera. Si hacemos tanto por proteger a escarabajos que están en vías de extinción ¿por qué no hacer lo mismo por los millonarios de la música que también corren el riesgo de desaparecer? ¿No están al menos a la altura de la mayoría de los escarabajos? Si de verdad te importa el bienestar de tus ídolos deja de gritárselo como un histérico cuando los veas por la calle (de hecho has de saber que piensan que estás loco). Debes ir más allá de los habituales fans. Una buena idea sería que cogieras el traje que te pusiste en la boda de tu prima y que te dieras una vuelta por Miami. Si esto lo hiciera uno de cada cien fanáticos conseguiríamos que creyeran que están aumentando y les devolveríamos algo de alegría.

Sin embargo, debes conocer algunos trucos para que no se destape el pastel y se descubra la rata pobre que realmente eres:

1.- Cuando acompañes a Alejandro Sanz a un restaurante de lujo y el camarero te pida la chaqueta, recuerda que es para guardártela y devolvértela a la salida, así que evita golpearle.

2.- El hecho de que te echen tan poco vino en la copa no es porque sean unos rácanos sino porque quieren que lo cates y des tu visto bueno (huele el vino, viértelo suavemente en la boca, infla los mofletes, pon caras raras, y, después, asiente con la cabeza en señal de que todo está correcto. No hagas el ridículo intentando discutir si es un buen vino porque todos sabemos que del Don Simón no hay quien te saque).

3.- Recuerda: no ves la televisión y solo lees libros de autores africanos "*o de por ahí*".

4.- Eres ecologista, estás asociado a Greenpeace y eres muy aficionado a la caza, a los toros y en general a todos los deportes que se basan en despanzurrar animales.

Si sigues paso a paso estos consejos nadie te reconocerá y podrás hacer compañía a esos lobos solitarios. Ellos te necesitan.

Segundo: Envía un bocadillo de mortadela con aceitunas a tu millonario favorito.

Qué te cuesta. Solo necesitas pan, un poco de embutido y papel de plata. Por ejemplo, si sufres porque te has descargado de Internet el último disco de Jennifer López y dudas de que el canon que te han recaudado llegue a su destino, puedes hacerlo tú mismo mandándolo a su dirección postal en:

c/o Sweet Face Fashion, Llc1071 6th Ave., Rm. 502
New York, NY 10018-3750
Estados Unidos

Por supuesto el bocadillo es simbólico, de hecho cuando llegue probablemente se habrá transformado en algún tipo de arma biológica, de todas formas puedes cambiar este envío por el dinero en efectivo, pero corres el riesgo de que no se invierta como es debido. Es más, puede que algunos cantantes millonarios se lo metan por la nariz.

Tercero: Haz una manifestación.

No estaría mal que de vez en cuando se reivindicara en la calle el derecho de los millonarios a seguir siéndolo. Coge tu pancarta, pon un estribillo pegadizo y sal a la calle a luchar por lo que crees justo. Si una de las manifestaciones más concurridas de Andalucía fue aquella en la que se protestaba porque el Sevilla Fútbol Club iba a bajar a Segunda B ¿por qué no hacer algo semejante para este caso? Además, las manifestaciones son divertidas: puedes pasearte por la calle en zancos mientras tocas el tambor y sin que la policía te detenga.

Puedes empujar a algún amigo a que en señal de protesta se queme a lo bonzo. Algunos lo verán como algo radical pero en realidad no es más que una muestra de la pasión que ponéis a vuestras reivindicaciones (además, las llamas siempre hacen bonito y animan).

Cuarto: Enseña valores morales a tus hijos.

Ya lo ha dicho Teddy Bautista, el problema no es de la industria sino de la pérdida de unos valores morales por parte de la sociedad. Evangeliza a tus hijos con la doctrina de Ted y enséñales que descargar música de Internet es pecado. Sin ir más lejos, el otro día, mirando en el ordenador de mi sobrino, encontré una cantidad ingente de Mp3s y películas. Intenté explicarle que eso estaba mal, que Internet tiene otras utilidades más enriquecedoras como leer el periódico, chatear, buscar información para hacer los deberes del cole o descargar toneladas de porno, pero me parece que no sirvió de nada. Me dijo "*que te pires*" y se fue a jugar a la PlayStation. Él antes no era así y creo que han sido las malas compañías las que lo han cambiado. Antes los piratas eran fáciles de reconocer (si tenían parche en el ojo y un loro en el hombro ya sabías que tenías que desconfiar) pero ahora puede serlo cualquiera y ni te das cuenta. Están entre nosotros y se confunden entre las personas. Por eso, si eres un padre responsable, haz lo que sea para que tus hijos se olviden de las descargas. Es más, como no confío en que los sepas educar, lo que deberías hacer directamente es enviarlos a casa de tío Ted para que él los ponga firmes.

Quinto: Crea tu propia multinacional.

Puede que a los cantantes pobres les beneficie el intercambio, pero eso también quiere decir que a los ricos, no. Sus quejas son legítimas: les molesta la piratería porque si la practicas te estás aprovechando de su esfuerzo. Así que si no te he podido convencer e insistes en saquear a los músicos, al menos monta una multinacional discográfica y hazlo como Dios manda.

Algunos consejos prácticos para la mesa antipiratería:
Cinco sencillos trucos para aprender a parecer un ser humano

1.- Deje de intentar asustar con sus profecías apocalípticas y evite hacer el ridículo más espantoso.

Aprenda de sus antepasados: cuando el walkman apareció en 1979 la industria de la música ya se dio por muerta y pronosticó su inmediata desaparición; cuando los escaparates se llenaron del nuevo video casero, Jack Valenti, el que fuera presidente de la MPAA, lo comparó con el estrangulador de Boston y pronosticó que acabaría ahogando a la industria cinematográfica. Si usted quiere que sus hijos no sean señalados en el colegio entre las carcajadas de sus vecinos de pupitre evite jugar a adivinar el fin del mundo.

2.- Sea conciliador.

Pese a lo que piense María Jiménez, subirse a una apisonadora y aplastar compactos no muestra el talante dialogante y sereno que se pretende transmitir con tal acto. Tampoco es adecuado comparar el que masivamente copien su disco con el hecho de que la violen. La mayoría de las personas consideran un insulto que le llamen violador, así que evite en la medida de lo posible tales comparaciones desafortunadas. Por otro lado recordarle que las copias realizadas para uso privado y sin fin lucrativo son legales en nuestro país en tanto que las violaciones (incluso las que se hacen para uso privado) siguen siendo delito.

3.- Deje de mirarse al ombligo.

Recuerde que en el planeta existen extrañas criaturas que no trabajan en el mundo de la música y, aunque crea que las leyes se hicieron pensando solo en usted, lo cierto es que

incluso los que no sabemos cantar tenemos algunos derechos sueltos (algunos, además de derechos, hasta tienen discos editados). Evite decir, como se hizo en una mesa redonda en Barcelona, que "*la radio es el gran problema de este país*" (a no ser que quiera que los afiliados al INEM jueguen al frontón con su cabeza), o que "*acceder a la cultura no es acceder a la música sino respetar a los autores*" o que, como dijo Teddy Bautista, la propiedad intelectual debe ser más preservada que otro tipo de bienes.

4.- Cuide sus declaraciones.

Pese a lo que le pudiera parecer a Bautista, llamar "*pendejos electrónicos*" a los internautas no es gracioso por mucho que sus familiares y amigos se tronchen con la ocurrencia. Kamil Idris, director general de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, demostró que no es recomendable hacer declaraciones en ayunas el día que dijo que la copia de Cds era "*un asunto de vida o muerte*" y que es "*como el terrorismo*". Rizando el rizo un portavoz de la RIAA, después de leer el libro "*Cómo hacer amigos por todo el mundo con desternillantes comparaciones*", dijo que los que se descargan música de Internet son semejantes a los que derribaron las torres gemelas.

5.- No denuncie a sus clientes.

Si dirige usted una empresa que cree afectada por las redes de pares debe saber que denunciar a sus clientes no es la mejor forma de afianzar la fidelidad con sus productos. Piense que los jóvenes de hoy en día somos protestones y podemos enfadarnos si nos amenazan con llevarnos ante un juez para que decida sobre nuestra libertad. Ya sabe que la juventud actual es vaga y no queremos trabajar, ni estudiar, ni ir a la cárcel ni nada de nada. Existen, no obstante, otros medios alternativos más efectivos para recuperar clientela. Uno de ellos, y que se ha practicado con éxito durante siglos, se llama "*adaptación a los nuevos tiempos*". Según cuentan, los tipos que transportaban el hielo en vigas trataron de hacer tragar las cubiteras a los que usaban ese nuevo invento llamado frigorífico y que les dejaba en el paro. Recuerde: si su negocio se ha quedado tan obsoleto como los telares manuales (de hecho el Wall Street Journal dijo que "*la actual industria del copyright son los telares manuales del siglo XXI*") la única opción que le queda es la adaptación. No lo olvide: ni leyes ni amenazas han conseguido nunca congelar el tiempo.

Piratería paranormal

¿Nunca lo han pensado? Las canciones pueden transmitirse no solo mediante una red P2P sino que los dotados de poderes telepáticos tienen la capacidad de tararear impunemente obras musicales que serían recibidas por personas con idéntica habilidad paranormal. La transmisión de contenidos psíquicos entre personas sin intervención de agentes físicos conocidos (telepatía) es un caso evidente de "*comunicación pública*" sin autorización del autor que debe ser eficazmente perseguido.

A este respecto, el pasado 11 de Febrero, la Asociación de Compositores y Autores de Música (ACAM) publicó un artículo en el que aseguraba que en relación con las infracciones cometidas en Internet y, en particular, con las relativas a la propiedad intelectual, el Grupo de Delitos Telemáticos se dedica a la "*detención de quienes delinquen telepáticamente para su posterior entrega al juez*".

Estoy totalmente de acuerdo con la iniciativa. Es más, nunca he entendido cómo se permite que estas personas aprovechen sus poderes psíquicos para transmitir material protegido. ¿Y qué me dicen de las psicofonías? Algunas de las voces fantasmales registradas entonan canciones (de hecho hay quien piensa que toda la discografía de David Summers es en realidad una psicofonía hábilmente editada). Ante eso, yo me pregunto ¿tenía el Dr. Jiménez del Oso autorización para difundir esas obras? ¿No tienen derechos los autores a recibir una remuneración por muy muertos que estén? ¿Y los poltergeist? ¿No son sus manifestaciones actuaciones en vivo que divierten a toda la familia y por la que al fin y al cabo no reciben ningún tipo de contraprestación? ¿Es que piensan que no cuesta esfuerzo? ¿Piensan que los fantasmas no tienen otra cosa mejor que hacer que mover mesas y levitar sillas?

No crean que tengo algo en contra de los telépatas. De hecho, mis mejores amigos lo son. Lo único que digo es que si quieren que les tratemos como a iguales también tendrán que acatar la ley como iguales. Y es por ello por lo que tras la lectura del artículo de ACAM decidí asesorarme por expertos poniéndome en contacto con el Instituto de Psicología Paranormal de Buenos Aires al que hice partícipe de esta preocupación y a los que pedí que me resolvieran las siguientes dudas: "*¿pueden dos personas con poderes telepáticos transmitirse total o parcialmente el tono, ritmo o letra de una canción? Si la respuesta es afirmativa ¿hay alguna forma de detectar que se está cometiendo esta infracción? Es decir, ¿sería un disparate que existiera un grupo de delitos telepáticos que pudieran interceptar y localizar estas señales? He leído que los animales domésticos también pueden estar dotados de esta habilidad. ¿Es realmente así? Es interesante, aunque creo que legalmente nada podría hacerse contra ellos, pero es otra vía a estudiar*".

Por sorprendente que parezca, el 14 de Febrero de 2005, el director del instituto me respondió. Según sus experimentos "*la telepatía no funciona con tanto poder como para capturar información completa*", de hecho en sus investigaciones sobre telepatía musical "*las personas no obtuvieron aciertos significativos, aunque algunos lograban captar ciertos tonos*". Por todo ello, al existir esa pérdida de calidad, los telépatas (ya sean seres humanos o animales domésticos) no estarían cometiendo una ilegalidad.

Un experto español con el que también me puse en contacto, tenía una opinión diferente. Él sí creía que podían cometerse estos ilícitos de la forma en la que yo le exponía, porque "*a través de la telepatía se puede transmitir más información de la que podamos imaginar*", sin embargo me recomendaba no alegar esto en un juzgado porque, en ese caso, el juez "*sencillamente se va a partir de risa*". "*Los fenómenos paranormales no son admitidos en juicios o vistas*", concluía.

Parecía seguro de sí mismo así que descarté esta posibilidad. Además, tres días después de su publicación, ACAM rectificó lo que no era más que una errata en su artículo. Donde dijo "*telepáticamente*" debió decir "*telemáticamente*". Probablemente fue el autocorrector del Windows el que les jugó esa mala pasada y el que hizo que los telépatas de este país durmieran intranquilos un par de noches. Sí, amigos, una vez más la culpa es de Bill Gates y su estúpido flequillo.

Lo curioso no es el error sino lo sorprendentemente creíble que les pareció a todos aquellos a quienes les conté que los telépatas estaban en la lista negra. No es solo que el direc-

tor del Instituto de Psicología Paranormal y un experto español tomara la historia en serio, sino que la mayoría de las personas la recibieron como algo escandaloso y extralimitado pero no como algo, sencillamente, imposible. Las locuras cometidas en nombre de la propiedad intelectual justifican esa credulidad. Acusada de intercambiar música rap la RIAA quiso llevar ante los tribunales a Gertrude Walton, una señora que no solo tenía 83 años sino que además estaba muerta (es decir, tiene coartada). La hija de la difunta excusó su previsible inasistencia a la vista judicial: "*estoy casi segura de que mi madre no dejará el cementerio de Greenwood para acudir*". Hoy persiguen a piratas zombis, mañana seréis los telépatas.

En realidad el proceso de sofisticación de las comunicaciones es tan veloz que puede que en el futuro la transmisión de datos sea algo muy parecido a la telepatía. La corporación japonesa NTT y su filial DoCoMo han inventado un sistema que convierte al cuerpo humano en una red de banda ancha susceptible de intercambiar datos con un simple apretón de manos.

Mientras los legisladores todavía se asfixian intentando cogerle la marcha a las redes P2P, los sofisticados programas de intercambio que se están desarrollando y los nuevos avances técnicos hacen prever que, para cuando las alcancen, éstas ya serán poco menos que una reliquia del pasado.

La "carencia de la autorización" es delito
11/02/2005

Reproducir, distribuir o comunicar sin el permiso de los titulares de las obras, según el **Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil**, es constitutivo de delito.

El Grupo de Delitos Telemáticos, responsable de la detección de los delitos relacionados con la informática e internet, así cómo de la intervención allá donde se produzcan y la, posterior, detención de quienes delinquen telepáticamente para su posterior entrega al juez, parecen no tener ninguna duda tras la lectura que hacen de la ley.



Las orejas del lobo

El 23 de Mayo de 2005 se reveló en Internet un documento de SGAE de fecha 20 de Diciembre de 2000 y en el que esta entidad de gestión ponía de manifiesto, con toda crudeza y sin medias tintas, sus más íntimos intereses y miedos. El documento, que aunque era difícil de encontrar era accesible públicamente en la web de SGAE, tenía una relación de foros nacionales e internacionales donde se habían discutido asuntos relacionados con la propiedad intelectual y en el que se destacaban los aspectos positivos y negativos que, a juicio de la Sociedad General de Autores, merecían la pena resaltar.

Al día siguiente de la llamada de atención sobre este texto, la SGAE lo retiró de su servidor, lo que parece dar a entender que se trataba en realidad de un documento interno que, involuntariamente, había quedado expuesto al alcance de todo aquel que estuviera dispuesto a bucear un buen rato por Internet. Redunda en la idea de que el documento era interno el hecho

de que en él aparezcan marcas que solo son entendibles por la persona que las ha escrito y probablemente por aquellas a las que van dirigidas. A pesar de que esas señales son claramente privadas, no hay que usar la máquina ENIGMA para darse cuenta de lo que pretenden reseñar. Por ejemplo, los llamados "*grupos de interés*" que aparecen a lo largo del texto están divididos en dos, los que están marcados con una flecha señalando hacia abajo y los que no tienen ningún distintivo. Viendo los dos grupos resulta relativamente sencillo lanzar la primera teoría de cuál ha sido el criterio para su formación. Por un lado, con una flecha hacia abajo aparecen, por ejemplo, los siguientes: "*empresas de telecomunicaciones*", "*consumidores*", "*fabricantes de hardware*" y "*organizaciones de consumidores como el BEUC*". Ninguna llamada de atención aparece sin embargo cuando se trata de sectores que no son tradicionalmente considerados como una amenaza por los ultraprotectores de los derechos de autor. Así, no hay flechas junto a los sectores de "*derechohabientes*", "*prensa*", "*Banca*" y "*Discográficas (BMG)*".

Por suerte la Red tiene memoria, y el hecho de que el documento haya sido retirado no significa que haya desaparecido por completo. Hay páginas que permiten acceder al limbo de los contenidos que existieron y que, por cualquier motivo, dejaron de existir. No tienen más que teclear la dirección del texto[2] en la web **www.archive.org** para tener acceso al mismo.

La sinceridad del documento hace entender la premura de la entidad por hacerlo desaparecer una vez descubierto y difundido. A modo de ejemplo puede leerse el comentario que hace SGAE sobre la celebración del "FORUM DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN" (FSI). Como decíamos, los distintos temas tocados en los foros son apuntados en la zona de aspectos negativos o positivos dependiendo de la calificación de la Sociedad General de Autores. Como aspecto negativo destacado por la SGAE en este foro podemos leer, literalmente, "*acceso a la información libre*". En el cuadro de aspectos positivos, la entidad de gestión se congratula de que "*hay que destacar una actitud menos abierta a que toda la información fluya sin ningún control o restricción*".

A continuación les muestro algunas capturas de las partes más relevantes del documento, marcando con un recuadro los aspectos que me parecen más llamativos. Que queden estas páginas como recordatorio de que la preservación de la intimidad, el acceso a la información y los "*derechos de los consumidores*" son vistos como algo preocupante por aquellos que han decidido defender los "*derechos de autor*" aunque sea a costa de los derechos de todos los demás. Cuando la SGAE aparezca en algún debate diciendo que la propiedad intelectual no es incompatible con la libre circulación en Internet o con el derecho al acceso a la cultura y a la información, podrás preguntarle por qué, si eso es así, les temen tanto.

FORUM DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN(FSI)	
Antecedentes	En 1994 la Comisión Europea decidió establecer un foro que permitiera una discusión abierta sobre diferentes aspectos de la sociedad de la información especialmente en referencia a aspectos sociales y culturales. Está formado por 128 miembros. El forum es un cuerpo consultivo independiente cuya misión es dar una oportunidad a los representantes de diversos grupos a que contribuyan al debate abierto sobre la Sociedad de la Información. En la reunión del pasado 3 de mayo de 2000, se incluyó por primera vez como punto a tratar en la Agenda la Propiedad Intelectual. A pesar de ello el tema no se trató. En el III informe anual se modifica favorablemente la postura del FSI ante la propiedad intelectual y se habla de defender los derechos audiovisuales en la reunión de la OMC. Se van a transformar los grupos de trabajo. A la espera de que el Steering Committee haga esta transformación, quedan suspendidas todas las actividades. Posibilidad de que se creen grupos regionales de trabajo.

(2) http://www1.sgae.es/ua/Enlaces/foros.htm

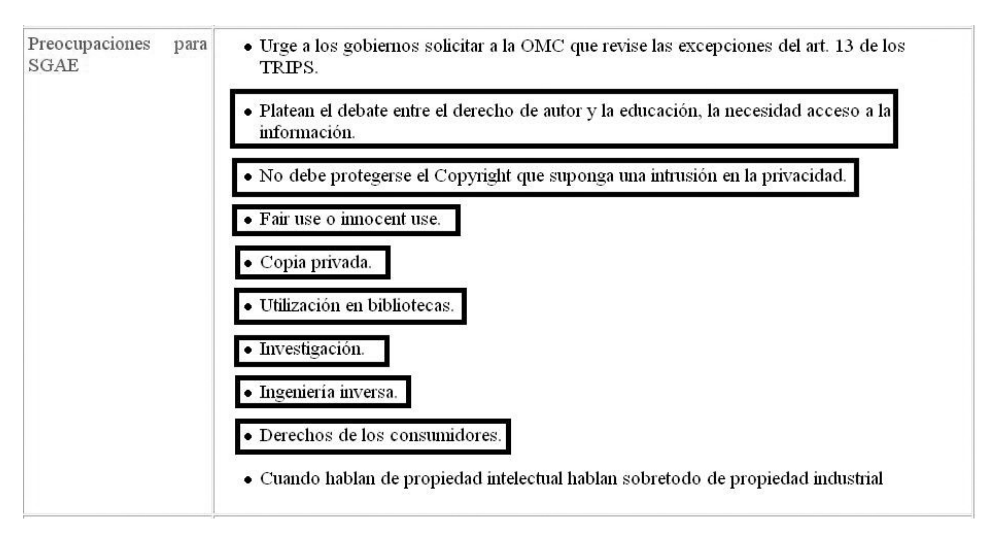
Preocupaciones para SGAE:	• Peligro de que la reestructuración deje a un lado la importancia de los derechos de autor • Acceso a la información libre. • Libre circulación. • Obras vs información. • ¿Qué se considera por contenido ilícito?. • PI obstáculo a la Sociedad de la Información. • Se pretende la implantación del fair use en todo el continente y adaptar las legislaciones de manera acorde.
Aspectos positivos para SGAE	Hay que destacar una actitud menos abierta a que toda la información fluya sin ningún control o restricción. En la declaración de Seattle se anima a los países participantes en la Ronda del Milenio a reconocer la importancia de la cultura, mantener el espíritu de la Convenio de Berna con respecto a los derechos de autor y no aplicar los GATS a servicios relacionados con comunicaciones de contenido audiovisual

EUROPEAN PUBLIC TELECOMMUNICATIONS NETWORK OPERATORS ASSOCIATION (ETNO)	
Antecedentes	Las compañías públicas de operadores de redes de telecomunicación crearon ETNO en Mayo de 1992. Ha sido creada como la principal asociación comercial de los operadores europeos. El objetivo es fomentar y contribuir el diálogo entre los miembros y con otros actores involucrados en el desarrollo de la Sociedad de la Información Europea, para beneficio de los usuarios. Para ello la asociación debe: • Promover los intereses comunes de sus miembros, en especial presentando la postura de ETNO ante terceras partes como las instituciones europeas. • Contribuir al desarrollo de políticas que regulen de manera eficiente y justa el entorno del mercado de las telecomunicaciones. • Facilitar la cooperación entre sus miembros para desarrollar unas redes y servicios armonizados en Europa. • Promover el desarrollo del mercado y la implementación de la Sociedad de la Información.

Preocupaciones para SGAE:	Con respecto a la Directiva sobre Derechos de Autor: • Consideraron que los intermediarios no deben ser responsables por el contenido (se remiten a la Declaración Ministerial de Bonn de 1997). Una vez se identifique al infractor que se les comunique la orden judicial para ellos paralizar la transmisión. Los proveedores de servicios deben estar seguros de que no serán culpables por el material que se transmite en sus redes. • Consideran que el principal foco de atención de la protección de la propiedad intelectual en las redes debe ser sobre los proveedores de contenido y los usuarios últimos. • Las copias temporales deben de ser eximidas del derecho de reproducción. La mera provisión de las herramientas necesarias para permitir la comunicación al público no significa que se realice dicha comunicación. Con respecto a la Directiva de Comercio electrónico: • Están en contra de la aplicación de sistemas de detección de transmisión de contenido ilegal. Según ETNO esto ataca la protección de la privacidad y producirá falta de confianza en el medio.

E – COMMERCE EUROPE (ECE)	
Antecedentes	Se creó bajo la iniciativa del EU mercado global para las PYMES como un cuerpo independiente y neutral encargado de todos los temas en relación con la implementación de un entorno interoperable de comercio electrónico. La principal misión es reunir a proveedores y usuarios para recomendar practicas y métodos que puedan ser una referencia para el mercado del comercio electrónico así como para fomentar iniciativas e concienciar sobre la penetración y aceptación del comercio electrónico en el mundo. Está representado en varias plataformas y foros mundiales, de manera que sus recomendaciones encuentren eco mundial.
Temas actualidad	El 26 de junio de 2000 se celebra una conferencia sobre la economía en la red y la sociedad, se celebra en París, pero no hay más datos sobre la misma
Preocupaciones para SGAE:	Tienen una sección denominada b2c (business to consumers) en la que hay alta presencia de consumidores.
Aspectos positivos para SGAE:	La web tiene una sección bastante interesante con cuadros con datos sobre el comercio electrónico como por ejemplo la desmaterialización del comercio con el comercio electrónico.
GRUPOS DE INTERES ECE:	Instituciones financieras, compañías informáticas

TRANSATLANTIC CONSUMER DIALOGUE (TACD)	
Antecedentes	Foro creado por organizaciones de consumidores de EE.UU. y de la UE. Realiza recomendaciones para los gobiernos de la UE y de los EE.UU. desde el punto de vista de los intereses de los consumidores. Tras la creación del New Transatlantic Agenda (NTA) en 1995 y posterior creación del New Economic Partnership se crea el TACD. Fue creado en 1998 y tiene representantes de 60 organizaciones de consumidores (40 norteamericanas y 24 europeas). Pretende proveer de un mecanismo formal a los representantes de los consumidores para interceder en las negociaciones y acuerdos políticos. Existen tres grupos de trabajo: Comida, comercio electrónico y Comercio.



Preocupaciones para SGAE	• Urge a los gobiernos solicitar a la OMC que revise las excepciones del art. 13 de los TRIPS. • Platean el debate entre el derecho de autor y la educación, la necesidad acceso a la información. • No debe protegerse el Copyright que suponga una intrusión en la privacidad. • Fair use o innocent use. • Copia privada. • Utilización en bibliotecas. • Investigación. • Ingeniería inversa. • Derechos de los consumidores. • Cuando hablan de propiedad intelectual hablan sobretodo de propiedad industrial

FRASES CÉLEBRES

"*Napster ha ideado y distribuido un software cuya única finalidad es permitirle sacar beneficio al incitar y animar a piratear los esfuerzos creativos de los artistas musicales más admirados y exitosos del mundo. Facilitando esta actividad están los hipócritas colleges y universidades que podrían fácilmente bloquear este insidioso y continuado esquema infractor. El último eslabón de la cadena son los usuarios finales de las obras musicales robadas, estudiantes de estas universidades y otros que exhiben la fibra moral de saqueadores comunes cargando carritos de la compra porque "todo el mundo lo está haciendo*".
Extracto de la demanda contra Napster.

* * *

Hay varias soluciones para el principal problema, la piratería: un cuerpo legal para combatirla; formatos anticopia y control sobre la venta de compactos vírgenes; y bajar precios, que me parece un error: es ponerse al nivel de los piratas".

Narcís Rebollo, de Vale Music.

* * *

Nos encantaría desarrollar campañas con un carácter más positivo y amable [que la de "Ahora la Ley Actúa"]; de hecho, las anteriores se basaron en estos argumentos: "la piratería atenta directamente contra la existencia del cine y amenaza su propia supervivencia" o "la piratería destruye puestos de trabajo y genera desempleo".

José Manuel Tourné, Director General de la Federación Antipiratería, describiendo lo que para él es una campaña amable con mensajes positivos.

* * *

"La campaña no tiene como objetivo atacar ni defender Internet. Como ya he dicho, nos gustaría facilitar mensajes positivos pero no tienen ninguna eficacia. Volviendo al símil de la circulación de automóviles, durante años nos han comunicado que el incumplimiento de las normas de tráfico provoca accidentes, con consecuencias muy serias: hemos visto imágenes muy crudas de accidentes, oído el testimonio de familiares que han perdido a sus seres queridos o de accidentados que se han quedado tetrapléjicos y el efecto en los conductores ha sido muy escaso. Sin embargo, bastó una mini-campaña informando de la presencia de cámaras y radáres permanentes en la M-30 de Madrid o en las carreteras de alrededor de Barcelona y automáticamente, un porcentaje muy alto de conductores redujo la velocidad en dichas vías".

José Manuel Tourné, Director General de FAP, hablando de la primera campaña de "Ahora la Ley Actúa" y demostrando con un divertido símil la eficacia sanadora del jarabe de palo.

* * *

"*Debemos erradicar la palabra piratería del diccionario y decir que es gente que*

está robando. Creo que nadie dice, 'mi hijo es un ratero'; pero lo que sí está aceptado es cuando la gente dice que 'mi hijo es un pirata, es muy inteligente'. Pero no, la palabra pirata no existe sino ratero".

Felipe Sánchez, presidente de Microsoft México.

* * *

"Esta decisión, por otro lado, deja claro que no hay un refugio en el planeta para los piratas digitales".

Allen Dixon, Director General de la Federación Internacional de Productores Fonográficos (IFPI), refiriéndose a una sentencia de la Audiencia Federal de Canadá que obliga a los Proveedores de Servicios de Internet a identificar a los que compartan obras protegidas.

* * *

"Como tiburones atraídos por la sangre, los piratas de la música se lanzan sobre las melodías que sean populares".

RIAA

Algunas fuentes consultadas

Cinco Días. Entrevista de Adolfo Estalella a Pedro Farré. 19/4/2005.

ABC. "Un senador norteamericano propone legalizar un «software» que destruya ordenadores a distancia". 23/6/03.

Wired News. "Techies Blast Induce Act". 23/7/04.

Última Hora. "La piratería es un robo y lo robado es barato". 17/11/04.

El Mundo. "Las discográficas podrían sabotear el intercambio de música on line amparadas por la ley". 26/7/2002.

Programa Mejor lo Hablamos. Emitido por Canal Sur el 16 de Marzo de 2005.

No Logo. Naomi Klein.
Free Cultura. Lawrence Lessing.

Informativos Telecinco. Microsoft utiliza detectives privados para detectar tiendas piratas. 18/04/05.

ACAM. "Caso Napster. La música y los delitos de propiedad intelectual". Reproducido de "delitosinformaticos.com" el 15/3/05.
ACAM. El Mundo es de Internet en 2005. 16/04/05.
ACAM. Nos roban, lo venden y lo compran en la calle y quieren que nos callemos. 11/06/04.

ACAM. SGAE pide a Vale Music la retirada del texto del CD. 23/6/04.

Julio H. Cole. Profesor de Economía. PROPIEDAD INTELECTUAL: COMENTARIOS SOBRE ALGUNAS TENDENCIAS RECIENTES. Revista Empresa y Humanismo.

Cinco Días. La banda ancha dispara la piratería. 9/08/04.

La Voz de Galicia. "Hollywood se lanza a las demandas por piratería On-line de películas". 5/11/04.

Declaraciones de Mary Bono: "Como ustedes saben, también hay una propuesta de Jack Valenti en favor de un plazo que dure para siempre menos un día. Quizás la Comisión pueda mirarla en la próxima reunión del Congreso" 144 Cong. Rec. H9946, 9951-2. 7/10/1998.

Jack Valenti y Dom Serafini. El Uso Justo: Un Debate. Examen sobre la Nueva Definición de "Piratería".

EFE. Hollywood multiplica las medidas contra el intercambio 'on line' de películas. 17/11/04.
La Flecha. Agencias. La MPAA apunta ahora a quienes descargan películas de Internet. 5/11/2004.

El Mundo. Navegante. "La familia de una niña de 12 años acusada de 'pirateo' se disculpa y paga 2.000 dólares a los sellos discográficos". 10/09/03.

BBC. "Piratería: un tema espinoso". 28/08/02.

La Unión Digital. "Una discográfica gana dinero compartiendo archivos" por Chris Ulbrich. 12/10/03.

CNN. "Niña de 12 años resuelve demanda por compartir música en Internet". 10/09/2003.

Fotografías Rey León extraídas de http://www.kimbawlion.com/rant2.htm

IBLNEWS. Agencias. "Los internautas británicos llegan a varios acuerdos con la industria musical". 4/03/05.

El País de las Tentaciones. "Próxima Estación: Esperanza". 22/11/2002.

Informativos Telecinco. "El cine español pide multas para los que descarguen películas de Internet". 28/04/05.

Clarín. "Un apretón de manos: ¿la nueva manera de mandar un e-mail?" 08/10/02.

LA INDUSTRIA Y LOS ARTISTAS

LA INDUSTRIA Y LOS ARTISTAS

Los derechos de autor, englobados dentro del concepto general de propiedad intelectual, se dividen en derechos morales y patrimoniales. Es a estos últimos a los que se refiere la SGAE cuando se lamenta de su infracción. Sin embargo, estos derechos pocas veces los tienen los autores sino que son cedidos a empresas. Raro es que los titulares de los derechos de autor sean los propios autores. Excepcionando los morales, los demás se ceden a cambio de una limosna muy parecida a la nada.

El editor, una especie de manager de los autores que por lo general está vinculado a una discográfica, se hace titular de tus derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, y se encarga de "mover" tu obra a cambio de un porcentaje de los beneficios que genere. Ese porcentaje ronda entre el 30 y el 50%.

Con el contrato discográfico el artista cede al productor el derecho a fijar su interpretación y el derecho a reproducir, distribuir y comunicar públicamente esas fijaciones. El royaltie es el precio de ganga por el que contratarás con la discográfica y que consiste en un porcentaje de los beneficios obtenidos por la venta de discos. El porcentaje no suele pasar del 8%, lo que te deja una cantidad suficiente para alimentarte siempre que sea a base frutos secos.

Cuando hablemos del derecho del autor a autorizar la comunicación de sus obras o de prohibir su reproducción, de lo que estaremos hablando es del derecho de las empresas. De hecho, la autorización que te dé el autor sobre sus obras es tan eficaz como la que pudiera darte tu vecino de abajo. Los autores han cedido sus derechos de explotación para conseguir acceder a la grabación de sus obras y desde ese momento no tienen nada más que decir en ese terreno.

Las discográficas suelen crear editoriales para participar en los beneficios de la difusión de las obras y para recuperar gastos por los pagos de derechos de autor. Por ejemplo, el pago que los productores hacen a los autores a través de SGAE por los derechos de reproducción mecánica de las obras que van a sacar al mercado, les viene en un gran porcentaje de vuelta gracias a la figura del editor que ellas mismas han creado.

Los contratos discográficos son lo más parecido que hay a los pactos con el diablo. Con ellos vendes el alma a cambio de un deseo. El deseo, ver tu disco en las estanterías, es lo suficientemente poderoso como para que la mayoría festeje el fuego eterno con una sonrisa.

Mahou y su concepto de la libertad

En un concurso musical que ha organizado Mahou, los participantes pueden mandar sus canciones siempre que no tengan un "*carácter ofensivo o trasgresor*". Superada esta primera prueba científica que pretende comprobar que tu música es completamente estéril, un jurado pasa a seleccionar al grupo o solista ganador. El premio, la suscripción de un contrato discográfico, tiene unos efectos secundarios que ni el diablo había previsto para sus pactos con los incautos. Mahou podrá utilizar tu imagen con fines publicitarios o promocionales de sus productos sin que tengas derecho "*a recibir pago o contraprestación alguna por*

ello". No solo tu imagen, los derechos de explotación sobre tu obra también cambian de manos durante tres años en el mismo momento en el que firmes los contratos de representación artística, producción discográfica y edición.

Los que pierden también ceden un trocito de alma. Por "*el mero hecho de remitir sus maquetas*" autorizan gratuitamente a Mahou a "*reproducir, comunicar públicamente, distribuir y transformar las obras musicales*" durante un año y en todo el mundo.

"*Libera tu música*" es el eslogan que promociona este concurso creado para esclavizarla.

Las cuatro grandes

Dice la Biblia que si tu ojo te induce al pecado, debes arrancártelo. No son pocos los artistas que siguiendo la Biblia del poder financiero han decidido arrancarse el ojo izquierdo para que no les haga ver lo que no conviene. En el mundo de los tuertos del ojo izquierdo los grandes empresarios discográficos están preocupados por la pérdida de puestos de trabajo y por la economía de los artistas a los que vampirizan. En el mundo de los tuertos, los artistas defienden a sus parásitos.

Antes, los cantantes decían que la música era un bien cultural, no solo para que se respete su arte en lo que vale, sino para poder pedir así la reducción del IVA, pero si alguien se agarra a eso para decir que como bien cultural debe tener posibilidad de acceso a él a pesar de no tener dinero, solo tapándote el ojo izquierdo la palabra "cultura" se transforma en "ocio" o en "producto de lujo". En el mundo de los tuertos es normal que los empresarios que fabrican cantantes en sus despachos, convirtiendo el panorama musical en la posibilidad de elegir entre lo mismo y lo mismo, acusen de asesinar a la música a los pocos melómanos que todavía la respetan.

Las discográficas acusan a los que se descargan música de Internet de robar y asesinar de hambre a los artistas. Esta paradoja, que equivale a que el Conde Drácula llame parásitos a los mosquitos, roza lo esquizofrénico cuando tienes oportunidad de ver cuánto dinero ganan los cantantes por la venta de sus discos y cuánto se quedan los intermediarios en el proceso. De entre todos los mitos más descarados sobre el mundo de la música, mis dos favoritos son el de que Britney Spears se casó virgen y el de que las descargas de música condenan al ayuno perpetuo a los cantantes.

José Neri, presidente de la Sociedad Digital de Autores y Editores, dice que "*el 90% de la música que se hace en este país tiene un fundamento, que se llama "huevos fritos y patatas", que es lo que comen los músicos. Para que no sigan comiendo huevos y patatas tenemos que conseguir que la gente progrese de alguna manera*".

No puedo estar más de acuerdo con él. Sin embargo no parece que el actual modelo sea el más indicado para asegurar los huevos fritos con patatas de los músicos. Los artistas ganan por las ventas de sus discos una cantidad que oscila entre nada y prácticamente nada. Más del 90% de los ingresos que produce un disco se queda en el camino.

En su día se hizo muy famoso el "*Manifiesto de liberación*" de Kiko Veneno en el que celebraba con la misma euforia de quien ha salido de Alcalá Meco, el final de su contrato discográfico. Posteriormente facilitó su carta de royalties donde se demostraba lo baratos que creían que estaban los huevos fritos con patatas esos tipos de la industria discográfica. La liquidación ascendía, por la venta de 623 copias, a 6.314 pesetas, el equivalente a un 3% por disco. Como la liquidación era semestral eso quiere decir que su remuneración era de poco más de 1.000 pesetas al mes. Créanme, soy abogado, y puedo decirles que 1.000 pesetas al mes está por debajo del salario mínimo interprofesional.

Lo peor de todo es que Kiko Veneno había recibido un adelanto por parte de su discográfica del que probablemente ya ni se acordaba, así que no solo no cobró esas 6.314 pesetas sino que tuvo que devolver 64.147. Así está de delgado.

Kiko Veneno no es una excepción. De hecho si ese 90% de los músicos del que hablaba José Neri tuviera que vivir de la venta de sus discos, los huevos fritos con patatas serían para ellos comida de reyes. Según el Departamento del Trabajo de los Estados Unidos, en el año 2001 el promedio de ingreso anual de los artistas en ese país fue de 45.900 dólares. Si ese es el promedio y tenemos en cuenta que el 10% de los artistas que trabajan para la RIAA son millonarios, podemos hacernos una idea aproximada de cuánto ganan los músicos en el país que más música exporta a todos los puntos del planeta.

Algunos pensarán que se trata de una simple mala negociación de un contrato pero la realidad es que las posibilidades de negociar para un artista que comienza son iguales a cero. Las opciones que se le presentan son las mismas que tuviste tú en tu primer empleo y que se reducían a "*te ofrezco esto o te ofrezco nada*". La única diferencia es que incluso hay menos discográficas que trabajos. Son 4 discográficas las que controlan el 80% de la producción de la música del mundo y, si te parece poco lo que dice el contrato que ellas te presentan, no tienes más que volver a casa y seguir cantando bajo la ducha como hasta ahora porque no hay más ofertas.

Si esto es lo que ganan los músicos y si así los tratan los empresarios de la industria ¿por qué aparecen tantos cantantes en televisión tirándose de los pelos por la "piratería" y llamando "gentuza" y "ladrones" a sus propios fans? Para analizar eso hay que reparar antes en qué tipo de cantantes son los que aparecen habitualmente en los medios.

La BBC asegura que "*artistas tan diversos como Jean Michel Jarre, Eminem y el batería de Metallica, Lars Ulrich, han atacado públicamente a los piratas informáticos*". ¿De verdad son diversos? Yo creo que todos tienen un común denominador muy evidente: todos son asquerosamente ricos. Este tipo de cantantes no solo tienen unas posibilidades de negociación con las discográficas infinitamente más poderosas sino que venden discos por millones. Lo curioso es que cuando estos cantantes hablan en los medios de comunicación, dicen estar preocupados por los artistas noveles y que sus palabras buscan justicia para ellos. En este mundo patas arriba a nadie le parece extraño que los ricos digan estar representando a todos los demás.

Julio Iglesias dice que la "piratería" a él no le afecta mucho pero sí “*a los que empiezan*”, que es como suele llamarse a los músicos que llevan décadas en ese negocio pero que todavía no han salido en televisión. Mientras los artistas millonarios se llenan la boca con protestas contra las descargas de P2P preocupados "*por los que empiezan*", estos últimos pasan olímpicamente del supuesto problema de las descargas de la red. ¿Qué más le da a un cantante mediano vender 10.000 discos en lugar de 15.000 si de todos es sabido que para vivir de sus discos un artista como éste tiene que guardar el requisito de ser anoréxico? La respuesta aparentemente podría ser que si ganan poco y encima sus discos no se compran porque se descargan, estarían ganando menos que poco. Podría ser cierto pero, una vez que se ha fijado ese poco que la piratería aparentemente les quita, habría que preguntarse cuánto les da si es que algo les da.

Desde que la música ha alcanzado esta difusión gracias a Internet el número de conciertos se ha disparado. El principio es sencillo: a mayor acceso a la música mayor número de melómanos y mayor número de personas dispuestas a pagar por verte tocar en directo. El cantante ToteKing sabe bien la relación entre las redes P2P y el aumento de consumo de directos. Él rechaza la persecución de los que intercambian música en Internet porque “*entonces perseguirían a la gente que viene a mis conciertos y eso no tiene sentido*”.

El aumento de los directos de música popular en 2003 con respecto al año anterior es de un 39’6%. En los últimos cinco años su número ha crecido de los 56.845 celebrados en 1999 a los 101.323 de 2003. Es decir, el incremento es de un 78’2%.

Es precisamente en los directos donde los músicos consiguen los famosos huevos fritos con patatas que tanto preocupaban al Sr. Neri. Los autores, que muchas de las veces son también los intérpretes, han visto también aumentar sus beneficios por la comunicación pública de sus obras en directo año tras año.

Jaime García Soriano, cantante de Sexy Sadie, sitúa en una relación del 70%-30% el balance entre ingresos por actuaciones y por venta de discos. Miguelito Superstar, de la Fundación Tony Manero, dice que la relación es del 80%-20%. Pero no solo los artistas más modestos, el principio es idéntico en las grandes estrellas. El grupo “Los Delinqüentes”, cuando habla de su caso resume bien el de otros muchos: “*nuestro negocio no es vender discos, ese es el de la compañía. Nosotros ganamos dinero de dar conciertos*”.

La explicación de la SGAE a este aumento en los conciertos no es que cuanta más música se escucha más se quiere disfrutar en directo, lo que a simple vista parece evidente a la mayoría. Sus razones han sido variopintas, como aquella de que la clave se encuentra en el fenómeno Operación Triunfo. El crecimiento hay que agradecérselo, no a la enorme difusión de la música, sino a Rosa de España. Ese profundo argumento tambalea al comprobar que los conciertos continúan su ascenso, en los momentos en los que de ese programa ya no se acuerda nadie.

A pesar de que nosotros mismos hemos acudido a muchos conciertos por la sencilla razón de que nuestro amigo nos ha copiado un casete de un grupo que terminó gustándonos,

y a pesar también de que parece evidente que cuando este intercambio se dispara, también habrá de dispararse la asistencia a los directos, la SGAE prefiere seguir el dogma de "*al enemigo ni agua*" y buscar otras razones como el fenómeno OT. Sin embargo, según informa el periódico EL PAÍS en su artículo "*El Negocio Musical se apunta a los Conciertos*", lo cierto es que el aumento ha incidido sobre todo en los directos de los que no son productos mediáticos. Literalmente esos datos son los siguientes:

-Luismi Villarrubia, programador de la sala Sol de Madrid, comenta que, en su sala, con capacidad para 450 personas ha pasado de programar Jueves, Viernes y Sábado a hacerlo de Martes a Sábado ininterrumpidamente. Según él esta tendencia se mantendrá porque nota que "*que el público está recuperando las ganas de asistir a conciertos*".

-Paloma Cordón, de la empresa Sinnamon, gestora de la sala barcelonesa Razzmatazz, lo tiene claro: "*Creo que las descargas de Internet y la copia privada ayudan a difundir la música de los grupos más pequeños, esos que nos han permitido aumentar sensiblemente en un año la oferta de actuaciones de pequeño formato*".

-Jaume Hernández, de la discográfica Houston Party, dice: "*Internet y las descargas de audio son un aliado en la promoción de nuestras bandas, los conciertos la potencian y además vendemos cada vez más discos y merchandising en las puertas de los locales en los que actúan nuestros grupos. La tendencia que intuimos es un notable refuerzo de la música en directo*".

En la actualidad, como el fenómeno OT ya no puede pretender explicar la realidad de que los conciertos casi se han multiplicado por dos en los últimos cinco años, se prefiere señalar como causa a la magia. Todo sea por no reconocer los beneficios que para muchos músicos supone ese fenómeno que la SGAE intenta aniquilar. El director de la SGAE en Canarias, Octavio Álvarez, dice que es muy difícil establecer una relación entre la "difusión ilegal" de la música y el hecho de que los conciertos se llenen, ya que el éxito de los conciertos es "*casi un misterio*". El Triángulo de las Bermudas, el Yeti y la multiplicación de los directos son fenómenos paranormales difíciles de explicar. Los melómanos criados por el intercambio de música acuden en masa a los conciertos convocados por algún tipo de rito vudú.

Mientras desciende la venta de discos, todos los demás conceptos se disparan. No solo los conciertos, sino también el merchandising, las revistas especializadas y la venta de compactos y DVDs vírgenes que han incrementado los ingresos de SGAE por copia privada en un 155% con respecto al 2003.

Según el último balance de SGAE que su presidente califica de "*agridulce*", aumentaron los ingresos por Reproducción Mecánica, Artes Escénicas y Musicales, Comunicación Pública y radiodifusión. En la nota de prensa difundida por esta entidad de gestión, el aumento se justifica porque "*tanto la música como el cine están cada vez más presentes en la vida de las personas*". La razón por la que están tan presentes no la señalan.

El negocio, que muere en un sitio para renacer en otro, ha hecho aumentar la recaudación de la Sociedad General de Autores año tras año. En 2002 sus beneficios aumentaron en

un 1’9%, en 2003 en un 5’2% y en 2004 se ha disparado a un 11’9%, recaudando 300’76 millones de euros. Esa cantidad, conseguida en un año donde las descargas de Internet se incrementaban en un 50%, supone el record absoluto de la SGAE en toda su historia. Ante esas cifras, Pedro Farré dice lo que muchos callan: “*Lo que está en crisis es el mercado del disco. La música, en cambio, está muy viva*”. Entonces, esta cruzada que adoctrina y persigue a los que intercambian música ¿a quién pretende realmente proteger? ¿A la muy viva música o al negocio de los que intermedian entre quienes la crean y quienes la escuchan?

La industria musical es como un personaje de película de fantasmas que no sabe que está muerto hasta el final, mientras tanto, y hasta que se da cuenta, solo alcanza a dar algunos buenos sustos.

Para que la cultura esté viva es necesario que los ciudadanos tengan cultura musical y capacidad de elección. Se tambalea el modelo de negocio de las multinacionales basado en los superventas. El hecho de que la difusión de la música crea melómanos, choca con un sistema que se ha basado en confiar en la estupidez del público. Del mismo modo en que los políticos saben que una sociedad desinformada es una sociedad manejable, las discográficas llevan años practicando el deporte de degradar el valor de la música vendiendo productos que en nada se parecen a ella. Según el diario ABC, la música que hasta ayer era minoritaria como la étnica, celta, jazz, flamenco y blues, ahora cuentan con más espacios que nunca.

La música está muy viva, decía Farré. Sin embargo, el 21 de Junio de 2004, cuando Teddy Bautista junto con autores y músicos, se reunieron con Zapatero para trasladarle sus quejas, el eslogan que se usó fue: “*La música se muere, ayúdanos*”. Pero si la música está muy viva ¿cómo es que se muere?

Un modelo de negocio anticuado y obsoleto se empeña en hacerle el boca a boca a una cultura en plena forma. Mientras tanto, y sin querer darse cuenta de que él es el moribundo, su tiempo se le agota.

Coautores empresariales

En ocasiones, las grandes corporaciones minoristas deberían aparecer como coautoras de las obras que venden. Las grandes tiendas, exaltados defensores de la cultura, son muchas veces las que más hacen para encarcelarla, censurarla y condicionarla. El hecho de que una gran cadena de tiendas se niegue a vender tu disco puede ser la línea que separa el éxito de la bancarrota. Conocedoras de ese poder, ejercen una censura que consiste en el expeditivo acto de hacerte desaparecer retirando tu disco de los estantes.

La cadena Wal Mart se negó a vender el disco de Nirvana “In Utero” porque en su portada aparecía un feto y porque incluía una canción titulada Rape Me (Viólame).

En términos financieros, que el gigante Wal Mart se empeñe en no vender tu disco, significa que éste tendrá un 10% menos de ventas. Ese fue suficiente argumento para que Nirvana y Warner se decidieran a hacer una edición especial para Wal Mart donde se suavizaba la portada y donde la canción “Viólame” pasaba a llamarse “Chico abandonado”.

Ahora, sustituyendo fetos y violaciones por chicos abandonados, el disco seguiría su curso comercial con normalidad.

Este caso que se hizo famoso no es una excepción sino que constituye la regla de ciertas corporaciones. Teresa Stanton, gerente de la tienda Wal Mart de Cheraw, nos explica el procedimiento a seguir con los productos que no encajan con su cliente tipo: "*cada dos semanas quito de las estanterías algo que no creo que tenga una calidad adecuada para Wal Mart*".

El problema no es el específico disco de Nirvana ni el hecho de que algunas personas accedieron a una versión descafeinada y censurada del disco, sino que el hacer dos discos diferentes, uno para el censor y otro para el resto del planeta, es algo que muy pocos se pueden permitir. A la mayoría de músicos se les da un presupuesto que a duras penas sirve para grabar un solo disco, así que la posibilidad de hacer dos versiones para contentar al tipo de las tijeras es, simplemente, un sueño imposible.

Ante esa tesitura, muchos optan por grabar con la autocensura ya integrada. La amenaza de las tiendas "*para toda la familia*" que no venden música que pudiera atentar contra el gusto más mojigato sirve como filtro a la hora de componer. Y si eso no es suficiente para que reprimas tus opiniones o maneras más escandalosas, ya estará ahí tu discográfica para recordarte a quién no debes enfadar. Los grupos, por lo general, solo tendrán recursos para sacar una versión del disco, y, la mayor de las veces, esta versión será la censurada por el miedo de su discográfica a que el disco desaparezca de los estantes.

El principio de la música se repite en el cine. La censura de las grandes corporaciones condiciona el modo en que se crea la cultura. La cadena BlockBuster, que controla el 25% del mercado del vídeo en EEUU, no distribuye las películas calificadas NC-17 que son las que prohíben su visionado a menores de 17 años, estén o no acompañados de un adulto. Esta vigilancia que pretende que el pequeño Tommy no se traumatice con la última película violenta de Hollywood y termine a balazos con sus compañeros de pupitre, está considerada para los productores como una etapa más del proceso de creación. Todo aquello que pueda significar la calificación maldita es, en la mayoría de las ocasiones, cortado y tirado a la papelera, dejando una versión edulcorada que será la que tú recibas. El director David Cronenberg, asegura que las presiones para hacer una película para adultos son enormes porque "*ahora se parte de que todas las películas deben ser adecuadas para los niños*".

Los estudios de cine saben que el negocio está en los productos para todos los públicos y que el sello NC-17 puede ser el epitafio de una película que todavía ni tan siquiera ha nacido. Muchas películas son suavizadas en la sala de montaje para escapar de esa calificación. Los personajes promiscuos se recatan, los drogadictos se desenganchan un poco y los violentos relajan sus metralletas. Esta censura de mercado que hace el trabajo que ayer ejercía la censura del dictador, alcanza su máximo éxito cuando consigue que sean los propios autores y productores los que adquieran un sentido de la contención perfectamente integrado.

Las calificaciones PG-13 son las que no están recomendadas, aunque tampoco prohibidas, para menores de 13 años, mientras que las R no lo están para menores de 17. La huida

de la R al PG-13 es uno de los principales objetivos del productor. Es cierto que eso supone muchas veces remontar una película hasta hacerla irreconocible para su director, pero el fin de las multinacionales cinematográficas, como el de cualquier empresa, es la maximización del beneficio. Tal y como informa el dirigente de un gran estudio desde la revista IMÁGENES, si se estrena una película R en lugar de PG-13 "uno se arriesga a perder millones de dólares. ¿Y cuál sería la razón? ¿Integridad artística? ¡Por favor! Seamos realistas".

Los superventas

"No me meto en política, no me meto ni despotrico contra ningún gobierno o raza. Intento hacer algo fácil, divertido, alguna canción en que la gente se sienta partícipe, que la chica que está bailando le excite bailar esa canción, que forme la historia de esa chica, ese chico o ese grupo que esté bailando. ¿Poesía? Cada uno llama poesía a lo que quiere. Yo lo que trato de hacer es algo divertido, algo que rime".

King África

Una de las características más relevantes de los superventas es que son ideológicamente estériles. Esta virtud es la que les hace imprescindibles en un sistema que basa su supervivencia en la desinformación, la pasividad y la distracción.

El hecho de que la mayoría de los cantantes muchimillonarios no tomen partido por nada, tiene, como casi todo, razones de mercado. Es bien sabido que el objetivo de un superventas no es otro que el de supervender. Decantarse por una ideología, cualquiera que sea, puede suponer la extirpación inmediata de un sector comercial. Las discográficas son conscientes de que los temas polémicos polarizan el mercado, y esa es la razón por la que el 95% de la música está copada por movimientos sexis, cachetes con cachetes y pechitos con pechitos.

El hecho de que la cultura que es comercialmente rentable sea la que resulta aséptica, tiene un efecto importante en la sociedad. La cultura es fundamental en el desarrollo personal y puede ser la línea que marca la diferencia entre que tu hijo se preocupe porque no tiene Nikes con muelles o por el precio de la vivienda. Son los grandes poderes económicos los que fabrican la ideología y te la transmiten en forma de publicidad, de noticia o de canción del verano. La aparición de las redes P2P pone en jaque el pensamiento cero que promocionan estos ídolos de cartón piedra desde todos los medios de comunicación.

Esta realidad, que multiplica neuronas y melómanos, es el enemigo público número uno de las discográficas y de los gobiernos, que se han lanzado a una campaña propagandística para advertirte de que tu interés por acceder a la cultura es inmoral, ilegal y peligroso.

Como sería intragable que un magnate discográfico apareciera en televisión con su corbata y su gomina para exigir a la sociedad que dejen de descargar música, la estrategia a seguir ha sido la de enfrentar a músicos con los que deberían ser sus aliados.

Que los músicos morirán de hambre es el principal argumento que esgrimen estos guiñoles y el gobierno, utilizados como señuelos por las grandes corporaciones. Según EFE la Ministra de cultura dijo que era importante hacer una nueva Ley de la Propiedad Intelectual

para luchar contra la piratería porque, de lo contrario, "*nadie querrá trabajar y dedicarse a este campo tan importante y con el que muchos comen a final de mes*".

Lo cierto es que ese es literalmente el problema: con el actual sistema muchos comen a final de mes, pero el resto de los días no prueban bocado. Sería bueno que tiraran la casa por la ventana con esta reforma e intentaran que los autores al menos pudieran picar algo durante el mes entero.

La ministra, cuando da estas declaraciones, pretende referirse al proletariado de la música pero para preparar esos discursos se reúne con la élite. ¿De verdad Bisbal, Alejandro Sanz y Caco Senante son buenos ejemplos de cantantes que comen solo a final de mes? ¿Tiene pinta Caco Senante de llevar esa dieta?

Los superventas con los que habitualmente se reúne la Ministra no solo no son representativos sino que los efectos que las descargas tienen sobre ellos son muy distintos a los que tienen en la gran mayoría de músicos.

La razón por la que los que venden discos por millones se quejan por el intercambio de Internet es porque éste da a los músicos lo que los superventas ya tienen: publicidad.

Los conciertos de Alejandro Sanz no aumentan por mucho que se distribuya su música por las redes P2P. Si este cantante va a tu ciudad, tú ya sabes si su concierto te va a gustar o no, o si merece o no la pena ir, aunque no hayas escuchado un disco suyo en toda tu vida. Los superventas, en otras palabras, no necesitan de las redes de intercambio para que se les conozca, porque de eso ya se encargan los medios masivos de comunicación.

Y no solo no les da, sino que les quita. Tú mismo recordarás que dejaste de ser fan de los Backs Streets Boys el día que aquel tipo del pelo largo que se sentaba a tu lado en clase de Ética, te enseñó un mundo de música independiente que ni siquiera sabías que existía. Los Back Streets Boys ya podían olvidarse de ti.

Ese alumno que te sacó del mundo de la música prefabricada y que es el enemigo número uno de las multinacionales, está ahora multiplicado por millones en las redes de intercambio de archivos en Internet. Más de cien millones de personas que comparten música y que se descubren cada día mutuamente que hay vida más allá de Bustamante. Los conciertos de muchos superventas no solo no suben, sino que corren el riesgo de bajar si sus fans descubren que hay otros mundos.

De hecho, según el anuario de la SGAE de 2004, los "grandes conciertos" (aquellos que tienen más de 2.500 espectadores) han bajado de 1.104, en el año 2002, a 865 en 2003, mientras que los "conciertos normales" han subido drásticamente de 71.469, en 2002, a 100.458, en 2003.

El mercado de la música está basado en los superventas: seis o siete grupos o cantantes que venden por millones porque los medios de comunicación te recuerdan que los debes oír si te consideras una persona normal. El mayor peligro de las redes P2P es que diversifica los

gustos que antes estaban concentrados. El intercambio descubre la música a mucha gente, y música es precisamente lo que las grandes multinacionales no venden.

La reseña publicitaria de El Corte Inglés al disco del Santa Justa Klan dice que los personajes de la serie Los Serrano que forman ese grupo "*apenas saben tocar una nota*". Eso no ha impedido que se coloquen en el primer puesto de la lista AFYVE. La publicidad explica el éxito. Sin contar la mucha que ya les da la serie de televisión, estos cuatro pitufos makineros del siglo XXI recorrieron los platós y tuvieron toda la promoción que los grupos que se creen lo que hacen querrían. Y la que no querrían también la tuvieron: les abrió sus puertas la Gala de Mister España y el Programa de Ana Rosa Quintana donde los presentadores se pusieron a saltar "*a toda mecha*" sobre los sofás lanzando cojines como si tuvieran un ligero retraso mental. Ante este jolgorio, lo menos que hará tu hijo es exigirte el disco, y de ahí al número uno hay un paso. El negocio de las multinacionales es el de la venta de productos musicales que solo exigen dos requisitos a los consumidores: que tengan 20 euros a mano y que no sepan demasiado de música.

El hecho de que las multinacionales buscan un mercado predecible no es una suposición, sino que es un pecado confesado por ellas mismas. Cuando las estaciones de radio más minoritarias preguntaron a la RIAA por qué establecía un precio tan alto para la comunicación pública de sus obras expulsando así a cientos de emisoras, la RIAA contestó: "*la verdad es que no queremos que el modelo sea el de una industria con miles de emisoras, creemos que debería ser una industria con cinco o siete grandes actores que puedan pagar una tarifa alta y que sea un mercado estable, predecible*".

El que los superventas sean los únicos que aparecen por televisión, hace pensar a muchos que el negocio de la música reporta a los cantantes piscinas olímpicas y mansiones en Miami y que por tanto la opinión de esos magnates sobre la piratería es secundada por la gran mayoría de un sector que muchos suponen millonario por definición. La realidad es muy distinta a esa, según el presidente de la SGAE, solo el 4% de los 70.000 socios de su entidad cobran más del salario mínimo interprofesional. A pesar de ello, son éstos, una minoría dentro de una minoría, los que salen en televisión representando a todos los demás. Mientras tanto, las encuestas dicen que la mayoría de los músicos cree que desde que existe Internet gana más dinero que nunca[3].

Del estudio "Ingresos de los artistas y 'copyright'; una revisión de datos de las industrias musicales alemana y británica en el contexto de las nuevas tecnologías" se deduce que la base económica que sustenta al 90% de los músicos de los que nunca se habla, son las fuentes indirectas como la docencia, las conferencias y los conciertos. Si eso es así, para ese 90% es un buen negocio el descenso de la venta de discos a cambio de la popularidad que consiguen a través de los intercambios en Internet que hacen que aumenten todos los demás conceptos, que conforman su verdadero sustento.

Los músicos que más venden no solo son los únicos con voz sino también los únicos con voto. Nunca sabremos si la posición de SGAE tiene algo que ver con la de los socios que la componen porque solo pueden votar los que alcanzan una cantidad de ingresos anuales lo

(3) Estudio de Pew Internet and American Life Project

suficientemente elevados como para excluir a casi todos. Además, dentro de esos pocos elegidos, la cantidad de los votos se reparte dependiendo de si eres de los que ganan mucho o de los que ganan muchísimo. En las últimas elecciones, celebradas en el año 2001, fueron 6.461 socios los que tenían derecho a voto según este sistema que mide la idoneidad de tus decisiones a través de tu bolsillo. Ese número de votantes no significa ni el 10% de los autores integrados en SGAE. Teddy Bautista, presidente del Consejo de Dirección de SGAE, dice que él representa "*al albañil de todo esto, al que está en el andamio constantemente*", sin embargo no son precisamente los albañiles de la música los que pueden votar para elegir quién y cómo debe representarles.

En un debate radiofónico con motivo de la Campus Party, Pedro Farré, lo intentaba justificar así:

Jorge Cortell: ¿Pueden todos los miembros de la SGAE votar?

Pedro Farré: En la SGAE, de una u otra forma, como en toda sociedad, como en toda fundación, como en toda organización regida por el derecho, sus socios pueden participar de una u otra forma. Es decir es una sociedad que se rige por principios democráticos.

[…]

Javier Candeira: ¿Pueden votar y cuenta su voto igual el del pequeño músico que acaba de empezar que el del grande?

Pedro Farré: Hombre, pues no, porque tenemos unos estatutos que establecen otro sistema pero esos estatutos, como en cualquier organización, se pueden cambiar.

Javier Candeira: Pero el pequeño no puede votar porque tiene menos votos que el grande. No puede cambiar esos estatutos

Pedro Farré: Bueno, claro, pero, pero bueno, eso ocurre en cualquier tipo de organización de este tipo. Es que eso es lo normal. Lo normal es que así sea, claro. En cualquier sociedad no todos los miembros, no todos los socios, tienen el mismo número de votos. Es decir, es que no estamos hablando de unas elecciones como las que hay por ejemplo en España. En un país, pues, para elegir por ejemplo al presidente del gobierno o al parlamento, es que esto es otra cosa…".

Efectivamente es otra cosa, y se llama voto censitario. Este sistema no solo le importa y afecta a los músicos si tenemos en cuenta que entidades como la SGAE, dirigidas como vemos por una élite económica, son las que promocionan las campañas publicitarias contra la "piratería", influyen en los legisladores y organizan cursos a jueces y policías para ilustrarlos sobre la realidad de la propiedad intelectual desde su particular e interesada perspectiva.

Las otras discográficas

Aunque es cierto que la mayoría de la música que se produce sale de un pequeño oligopolio que lo controla casi todo, existen también pequeñas discográficas independientes que intentan sobrevivir como pueden. Sin embargo, la ley de la ciudad, mucho más salvaje que la ley de la selva, es implacable. Las reglas establecen que el pez grande se come al chico y al mediano también. La lucha es desigual y para colmo la realidad se encarga de dar ayudas a estos monstruos discográficos acostumbrados a comer mercados y vomitar subproductos.

Una empresa pequeña que quiera sacar una tirada de discos, tiene que pagar por adelantado el permiso de reproducción mecánica a la Sociedad General de Autores y Editores.

Importa poco que la mayor parte de esos compactos no se venda o que se destine a promoción. Las alternativas se reducen a pagar o a no sacar el disco.

Por el contrario, para los muchimillonarios de la industria, todo son facilidades. Una gran empresa discográfica sólo tiene que pagar a final de año el importe que corresponde, no a las unidades fabricadas, sino únicamente a las efectivamente vendidas.

No son sólo las pequeñas discográficas. Los autores que han decidido autoeditarse su obra tampoco lo tienen fácil. Para imprimir una tirada de CDs con tu propia obra, si eres socio de SGAE, deberás pagarles para que ellos, previa deducción de su comisión por gastos de gestión, se lo abonen al autor… que resultas ser tú mismo. Gomaespuma contaba cómo en sus inicios se topó con esta absurda realidad:

"Resulta que para dejarles fabricar diez mil discos les pedían un pastón.
- Pero, oiga. ¿Para qué es ese dinero?
- Para pagárselo a los autores.
- Si los autores somos nosotros.
- Pues para pagarles a ustedes.
- Si es que nosotros preferimos quedarnos con el dinero. ¿Para qué se lo vamos a dar a ustedes para que ustedes nos lo den a nosotros?
- Pues no pueden fabricar.

Comenta Guillermo: "*Total, que pagamos la pasta, que nos devolvieron meses más tarde con un descuento enorme en concepto de gastos por habernos tramitado el pago*".

Hay empresas estampadoras de CDs que te reclaman ellas mismas el pago para hacérselo a SGAE. Lo que ocurre es que el miedo al pleito genera situaciones absurdas y no solo te exigen el pago de derechos de autor de todos los CDs que imprimas por adelantado sino que algunas te exigen ese pago incluso sin que ni siquiera grabes obras de autores socios de SGAE y a pesar de que ese sería un pago indebido.

Cuando algunos músicos me contaron esto no me lo podía creer. Pero, por asombroso que parezca, realmente es así. Lo comprobé escribiendo a una empresa de estampación de CDs española para que me lo confirmara. Les pregunté que si incluso en el caso de que yo quisiera sacar una tirada de CDs que incluyeran únicamente psicofonías debía pagar por los derechos de reproducción mecánica de esa estampación. Había que tener en cuenta que los autores a remunerar no solo no pertenecían a SGAE sino que además estaban muertos. La respuesta fue que tenía que pagar a SGAE igualmente porque la empresa ya incluía este pago en el precio del CD.

¿He de pagar a los autores incluso si éstos son fantasmas que habitan en mi casa y que susurran un par de tonterías a mi radio de doble pletina? No hay autores (para ser autor, es requisito indispensable crear la obra mientras estás con vida) e incluso si lo fueran no se puede decir que lo que ellos producían fueran realmente obras intelectuales. Solo eran algunas palabras sueltas de tipos muertos que no decían gran cosa: gritos sin sentido, lamentos,

sollozos y alguna amenaza de asesinarte en la oscuridad (ya se sabe que a los espíritus les gusta gastar ese tipo de bromas). Pero no importa, tengo que pagar a SGAE que se encargará de hacerle llegar la recaudación de sus derechos a Casper.

Pregunté a SGAE si esto era realmente así y todos los delegados territoriales, por unanimidad, coincidieron en que solo hay que pagarles si las obras grabadas en el CD que se duplica son de socios de SGAE o de cualquier otra entidad de gestión del mundo con la que ellos tienen convenios. Esa respuesta es también justo la que da la ley, pero eso no impide que algunas empresas, por motivos cautelares, por miedo, o por mala fe, pidan un dinero que el músico no debe y que la mayoría de las veces no tiene.

Gestión colectiva

"Las entidades [de gestión] recaudan para quienes se lo hayan encargado, y nada más, si no se quiere incurrir en supuestos de enriquecimiento injusto o sin causa".

Manual de Propiedad Intelectual. Coordinado por el Prof. Dr. D. Rodrigo Bercovitz

Muchos músicos han comprendido que la sobreprotección de su trabajo les corta las alas impidiendo que llegue a todos los lugares a los que a ellos les gustaría. Cuando te asocias a SGAE, cedes la gestión de tus derechos y a partir del mismo momento en que firmas el contrato, tu obra será controlada por esa entidad de gestión. Si tú, como padre de tu obra, decides que quieres colgarla en Internet para darle difusión, no tardarás en recibir una carta que te dirá que tienes que pagar unos derechos de comunicación pública a ti mismo. Obviamente te parece absurdo pagar a una entidad para que ella, previa deducción de su porcentaje de administración, te devuelva parte de ese dinero, pero de nada sirve que te niegues porque la gestión de esos derechos la ostenta la SGAE. Tú se la diste.

Algunos optan entonces por no asociarse, algo absolutamente legal en la teoría pero realmente difícil en la práctica porque existen ciertos derechos que solo pueden ejercerse a través de una entidad de gestión, como ocurre, por ejemplo, con los derechos de remuneración. Eso significa que no cobrarás lo relativo al uso masivo e incontrolado de tu obra. Las opciones que te quedan son o ser socio y perder el control sobre tu creación o no cobrar estos derechos que te pertenecen.

Estos derechos de gestión colectiva obligatoria están tasados y siguen siendo la excepción[4] y no la regla, pero son los suficientes como para que la libertad de asociación quede en entredicho. El profesor Juan Montero Aroca lo explica bien en "*La legitimación colectiva de las entidades de gestión de la propiedad intelectual*":

“Aunque pueda hablarse de libertad de asociación o de la existencia de miembros no socios, si una persona titular de derechos de propiedad intelectual o afines no puede proceder al ejercicio individual de los mismos, primero, porque es materialmente imposible pero, además, porque la Ley dice que las únicas legitimadas para ese ejercicio son las entidades de gestión, dicho está que podrá seguirse hablando de «libertad» para integrarse en una entidad, pero se tratará de una pura ficción jurídica. La libertad formal no puede llevarse al terreno de la realidad por los titulares de los derechos, a no ser que se quieran actuar en con-

(4) La STS de 22 de Junio de 1996 dice que a excepción de los supuestos de gestión colectiva obligatoria “pueden los titulares de los derechos infringidos dirigirse directamente contra quienes explotan sin la pertinente autorización esos derechos”. Los derechos de gestión obligatoria que conforman esta excepción están dispersos por la Ley de la Propiedad Intelectual, concretamente en los artículos 20.4.b, 25.7, 90.7, 108.4, 109.3.2º, 116.3 y 122.3.

tra de sus propios intereses. Corresponde al interés del titular de derechos figurar como socio en la entidad de gestión correspondiente, unas veces porque de lo contrario no podrá percibir los derechos de simple remuneración (piénsese en el de copia privada) y otras por el riesgo de no estar identificado (sobre todo en las autorizaciones genéricas o de repertorio) y de que la cantidad que le corresponda acabe siendo destinada a las actividades culturales, institucionales o de asistencia de la entidad".

Si quieres cobrar estos derechos tendrás, por tanto, que asociarte a SGAE entregándole su gestión, que es justo lo que no querías al principio. Muchos pensarán que asociarse a SGAE y que te recaude esos derechos cobrando un porcentaje por la gestión tampoco es tan malo. Y es cierto, no lo es. A no ser que quieras tener algo que decir sobre cómo se gestiona tu obra, como demostró el caso Muzikalia.

El caso Muzikalia

Muzikalia es una revista de música independiente, que se ocupa de esos músicos para los que es un sueño vender más de 1.000 discos. Para ellos, los artistas que venden por millones son sencillamente de otro planeta.

Los cantantes de los que habla Muzikalia no tienen nada que ver con Christina Aguilera, no saben quién es Ricky Martin y no se sienten representados por Alejandro Sanz. Son el proletariado de los músicos. Son esos que no verás en "Música Uno".

Muzikalia, en 2002, decidió dar un paso adelante en su labor de fomentar la escena musical independiente de este país, poniendo en su página web una radio on line y una sección de la que te podías descargar gratuitamente música en formato Mp3. Obviamente, se ocuparon antes de obtener la autorización tanto de los autores como de sus discográficas. Nadie se negó. Para que tu música salga en la radio o en televisión es necesario cumplimentar un papeleo burocrático que no está al alcance de cualquiera y que consiste, básicamente, en firmar un cheque con muchos ceros. Si no tienes dinero no puedes publicitar tu música y, si no puedes publicitar tu música, no existes. Por eso, para los grupos que no pasan de unos pocos centenares de copias vendidas, difundir su obra por cualquier medio es un paso de gigante que ayer ni pudieron soñar. Como el propio director me confirma, "**Muzikalia era una de las pocas revistas que daba tanto apoyo a la escena indie, y, obviamente, todo el mundo quería poner sus temas**".

La idea era estupenda y beneficiaba a todos. Los grupos y las discográficas promocionaban sus discos y los usuarios podían acceder a ellos y conocer así música que ni sabían que existía.

La gran cantidad de descargas que tuvieron nada más poner en marcha el proyecto, convertían en mito aquello de que la radio escupe lo que los ciudadanos demandan. El éxito fue total y los músicos se congratulaban de lo mismo de lo que los ricos de la industria se lamentan. Lejos de matar la música, ésta cobraba vida con las descargas y a escala planetaria.

La SGAE tardó dos semanas en poner los puntos sobre las íes con un correo electrónico. La actividad que Muzikalia estaba llevando a cabo era ilegal y necesitaba la correspon-

diente autorización, lo que significa, traducido al castellano, que necesitaba firmar el correspondiente talón bancario. No importaba que los autores y las discográficas no solo autorizaran sino que desearan esa difusión. Los derechos de los autores, al estar asociados a SGAE, son gestionados por esa entidad del modo que ella cree conveniente, incluso si ese modo es justo el contrario al que aspira el autor.

SGAE pedía a Muzikalia un 6% de los ingresos que ésta obtenía con ese servicio o bien un canon mínimo mensual de 750 euros por la radio y las descargas de Mp3. Como ese servicio era gratuito y no tenían por él ningún tipo de ingresos, Muzikalia se veía obligada a pagar mensualmente una cantidad imposible para una revista independiente.

La revista alegó que lo que hacían era beneficioso para los autores, que ellos mismos lo habían solicitado, que su idea fomentaría la música independiente en España… La respuesta fue el equivalente educado de "*y a mí qué*". Entonces se montó el revuelo. Telecinco, El País y Onda Cero, entre otros, se hicieron eco de la noticia: se iba a cerrar una web que difundía la música por expreso deseo de sus creadores. El siguiente paso fue contratar a un bufete de abogados que se encargaría de negociar la licencia para no tener que pagar ese mínimo imposible.

Muzikalia jamás consiguió otra licencia distinta a la que le ofrecieron inicialmente. Un año y medio de negociación infructuosa y 3.000 euros abonados en gastos, son suficientes para acabar con el ánimo de cualquiera.

¿Quién salía perjudicado de todo aquello? ¿Por qué se les obligó a cerrar? Nunca lo sabremos, pero lo que es evidente es que es complicado mantener que defiendes a los autores frente a las descargas gratuitas de Internet cuando es patente que un buen número de ellos incentivan y desean esas descargas. Quizás es que ese hecho, el que los músicos pidan que te descargues sus canciones y que pongan los medios para ello, es un argumento potente para los que defienden los beneficios de la libre circulación de las obras y la poca representatividad de los autores muchimillonarios. Sin duda la mejor forma de hacer desaparecer ese ejemplo que probablemente saldría en muchos debates sea forzando la retirada de la página que le sirve de base.

En cualquier caso la propiedad intelectual aplicada de la forma más restrictiva volvió a hacer otro gran bien a la cultura cerrando un sitio gratuito que permitía su difusión y su acceso. Si el derecho de autor nacido para proteger la cultura se ha convertido en el principal arma para asfixiarla es que algo está fallando. Si esto es así, es que se han olvidado los fines a los que sirven esos derechos. Si esto es así, es que hay que cambiarlo todo.

¡Este no es mi progre, que me lo han cambiado!

- ¡Cómo has cambiado de ideas, Manolo!

- Que no, Pepe, que no.

- Que sí, Manolo. Tú eras monárquico. Te hiciste falangista. Luego fuiste franquista. Después, demócrata. Hasta hace poco estabas con los socialistas y ahora eres de derechas. ¿Y dices que no has cambiado de ideas?

- Que no, Pepe. Mi idea ha sido siempre la misma: ser alcalde de este pueblo.

Eduardo Galeano. "Patas Arriba. La Escuela del Mundo al Revés"

Lo que voy a contar en estas páginas es fruto de una investigación que me ha llevado meses. No me es fácil ni agradable revelar el secreto que me atormenta, pero es necesario que la ciudadanía sepa a qué se enfrenta.

¿No les extraña que los músicos progresistas sean los primeros en apuntarse al carro del insulto colectivo? ¿Cómo es posible que precisamente ellos tengan una visión de la propiedad tan asocial?

Muchos tirarán por el lado simplista del acto reflejo y dirán que la ideología tirita cuando el bolsillo tiembla. Los progres se aferran a la visión de la propiedad liberal como Gollum al anillo, en el mismo momento en el que la pugna entre interés colectivo e interés privado les deja a ellos en el otro lado del río. Desde allí, desde la orilla del privilegio, las banderas y las consignas tienen otro valor.

No puedo apuntarme sin embargo a esa teoría. Yo, aficionado a las tesis conspiranoicas, no puedo quitarme de la cabeza que hay algo más. Hay un plan que puede estar involucrando a las más altas instancias políticas y económicas.

Nuestros progres no han cambiado sino que han sido secuestrados y sustituidos por sus dobles. Sé que suena extraño. Sé que es difícil de creer. Pero tengo pruebas que les mostraré en este mismo capítulo.

No hay más que ver las declaraciones de estos músicos para darse cuenta de que son tan contradictorias entre sí que únicamente han podido ser realizadas por personas distintas. El 5 de Mayo de 2001, Victor Manuel, dijo en **elmundo.es**: "**Yo mismo estuve ayer bajando unas canciones en Gnutella**". Sin embargo, tan solo cinco días después, aseguró en el CIBERPAÍS: "*No me creo esa reivindicación de la falsa pobreza que hacen los que se quejan de que los discos son demasiado caros. Copiarlos es tan delito como fabricar billetes de 10.000 pesetas*".

La única teoría posible es que tras dar la primera declaración, un grupo secreto se puso en marcha, capturando a Víctor y sustituyéndolo por un doble previamente amaestrado que se apresuró a rectificar la declaración del cantante. No se podía permitir que alguien tan influyente dijera que él, sin ir más lejos, usaba las redes de pares para bajar música. El doble subsanó el error de su predecesor con una declaración más acertada.

Natalia Verbeke es posible que en estos momentos se encuentre junto a Víctor en una mazmorra sin saber qué ha pasado para haber llegado hasta allí. Puede que la razón esté en que el 11 de Julio de 2002 le dijo a un fan que, de las películas en las que ella había participado, su favorita era Jump Tomorrow y agregó "*si se estrena aquí, la verás y si no, bájatela por Internet*". El 1 de Abril de 2005 todo cambió y ahora para ella "*la piratería hace estéril el esfuerzo que realizamos los actores o las personas dedicadas a la música, que luego vemos impotentes cómo las peliculas se bajan a través de Internet*".

El caso en el que más rápido han actuado "*aquellos que están en la sombra*" fue en el de Presuntos Implicados. En una entrevista que dieron on line dijeron: "*Justo ayer empecé a usar un programa p2p. Necesitaba encontrar algunas grabaciones que no estaban editadas y me fue muy útil*". Esa no es la respuesta que debían dar. Asociar las P2P con la posi-

bilidad de localizar música difícil de encontrar puede justificar, al menos parcialmente, su uso. Debe ser por eso por lo que en la misma entrevista, tan solo cinco preguntas más adelante, aseguraron que "*en la manta solo se encuentran los discos que se promocionan en TV y radio, lo mismo ocurre con las descargas de Internet*".

Pero, si les quedan dudas de mi teoría, este ejemplo las despejará completamente.

El 15 de Noviembre de 2002, el cantante Loquillo dijo que «*está claro que los discos pueden ser más baratos y que bajando su precio todos los implicados pueden seguir teniendo un margen de beneficios. Pero nadie se atreve a dar el primer paso: cuando un sello se atreva a hacerlo, los demás le seguirán*».

Pasaron siete días y todo cambió: "*Los discos, a pesar de lo que dice mucha gente, deben subir su precio. (...) ¿Que la gente dicen que se puede bajar el precio? Sí, claro que se pueden bajar. Estupendo, toma el CD ¿Ahora qué haces? ¿Cómo se entera la gente de que has sacado un disco? ¿Qué vas, puerta a puerta y lo vas enseñando? No. Tendrás que tener una campaña de marketing para que la gente se entere. ¿Cuánto cuesta esa campaña? Pues cada vez más dinero, porque se han roto las reglas del juego y no es como hace 5, 6 o 7 años en los que había unos gastos muy parecidos en todas las compañías. En estos momentos un artista español no puede competir y, al no poder competir, a las compañías no les queda más remedio que subir el precio*".

En aquellos tiempos, ANEDI, por una declaración de Alaska en la que decía que los discos estaban demasiado caros, retiró todos los discos de la cantante de las tiendas. Esa acción causó un revuelo importante y seguramente por eso, se decidió actuar con Loquillo con cierto sigilo pidiendo ayuda a "*esos que actúan en la sombra*". Así, capturando a Loquillo y sustituyéndolo por otro con idéntico tupé, se consiguió que tan solo una semana después el cantante suplantador dijera justo lo contrario de lo que había afirmado el suplantado.

Por miedo a ser raptados o porque ya lo han sido, la mayoría de nuestros progresistas se cambian de bando. No hay más que verlos en la tele para saber que no son ellos. Fíjense en ese extraño brillo en los ojos.

VIDA DE UN MÚSICO DE ÉXITO

Antes de su gran éxito mundial, Ramón Peñicer, músico reconocido y probablemente el luchador más activo contra la piratería en el Top Manta e Internet, era un niño como cualquier otro. Hijo de compositores, pronto desarrolló una gran afición no solo por la buena música sino también por Luis Cobos. Artista autodidacta, comenzó a tocar la guitarra a la temprana edad de cinco años y a los ocho ya impresionaba con sus dotes como cantautor a sus amiguitos del colegio que rápidamente dejaron de hablarle.

Su adolescencia fue feliz. Ramón tenía un gran éxito con las chicas. Con sus melancólicas canciones, sus dotes como poeta y su elegante dulzura musical, lograba despertar la sensibilidad de las mujeres. Desgraciadamente, a la hora de practicar sexo todas se decantaban por Jorge, el futbolista estrella del instituto que era un tarugo machista y analfabeto pero de grandes pectorales.

A la edad de 18 años, un suceso trágico marcaría profundamente al joven artista. El coche que sus padres le habían regalado por su cumpleaños quedó destrozado a los pocos días de salir del concesionario en un accidente automovilístico. Por si fuera poco, los padres de Ramón iban dentro del coche y murieron en el acto. El joven, que se enfrentaba a todos sus problemas con la música, compuso la canción "Luna de Corcho", en clara alusión al brutal suceso.

Fue la canción protesta "*Puños en alto hacia la Luna*" la que decidió enviar a todas las discográficas. Esta canción, que paradójicamente reivindicaba un mundo más ecológico y un descenso en los inflados precios de los automóviles, fue un gran éxito entre los amigos y familiares del joven compositor, que rápidamente le animaron a que la eligiera como carta de presentación ante la industria de la música. Ramón, sin darse cuenta de que aquella recomendación era obviamente una broma como indicaban las carcajadas de sus compañeros, mandó también su composición a varias de las radios más importantes del país. Desgraciadamente no recibió respuesta de ninguna discográfica excepto de la Universal, que le rogó que no volviera a escribirles.

Con el convencimiento propio de los jóvenes y de los idiotas, Peñicer, decidió que su música debía oírse para que fuera el público el que juzgara por sí mismo. Con pocos medios pero muchas ganas, se autoprodujo su propio disco con la intención de lanzarlo y publicitarlo por Internet. Tras mucho esfuerzo, el joven cantautor terminó su primer trabajo discográfico: "*Luna Loca de Noviembre*". Su obra rápidamente dividió a crítica y público. Mientras los primeros la consideraban "*ridícula*" y "*un insulto para la inteligencia*", los segundos la calificaban de "*repugnante*" y "*asquerosa*".

Fue entonces cuando Peñicer cambió de rumbo en su estilo musical. Tomando en cuenta la recomendación de un crítico que le sugirió que se buscara un grupo y que él no participara en el mismo, Ramón, llevó a la práctica el primero de los dos consejos. Así empezaría la etapa más rockera y dura del cantante, formándose el grupo "Komando Revoltoso". Sus reivindicaciones tenían ahora una mayor potencia y sustituyó la poesía y la sutileza por potentes guitarras eléctricas y gritos desgarrados que reflejaban mejor su rabia contra lo establecido. La primera maqueta estuvo a punto de titularse "*Contra el sistema impuesto por el capitalismo opresor en la era de la lucha de clases*", pero al ser un título largo y de escaso gancho, decidieron resumirlo y llamarlo "*Gargajo Verde*". El disco, con un alto componente reivindicativo, criticaba el racismo, el fascismo, el capitalismo, el imperialismo, el machismo y los altos precios de los lotes en el botellón. Sin embargo, no todo era protesta, también tenían cabida en este álbum las melodiosas baladas. Memorable es el tema en el que se narra la romántica historia de un chico abandonado que llora la pérdida de su amada. La canción, que se tituló "*No me dejes tronca, no me dejes hija de puta*", hizo las delicias de muchos jóvenes de la época que se vieron rápidamente identificados con el personaje del amigo del protagonista que tiene que aguantar sus lamentos mientras que él no se come nada.

Tras la segunda maqueta, el grupo "Komando Revoltoso" se disolvió. Concretamente Ramón fue despedido de su papel como cantante principal, siguiendo el resto de la banda su camino con un nuevo vocalista y alcanzando un rápido estrellato comercial con su nuevo grupo "Amor Especial", que explotaba la música para chicas adolescentes con baladas románticas y bailes coreografiados y que, según los fans más puristas, traicionaba las raíces del conjunto.

Ramón contrató entonces los servicios de Paco Chascón, un manager que desde el primer momento creyó en las posibilidades del joven músico y que, nada más verlo, le recomendó que dejara de dar clases de canto y se metiera en un gimnasio. Tras varios meses de cambio de imagen, Peñicer, se convirtió en el joven apuesto que hoy todos conocemos. Con rebeldes rizos, camisetas ajustadas y barba de tres días, Ramón, se paseó por varias discográficas. Curiosamente, la Universal, que rechazó tajantemente al artista en sus primeros pasos como músico, fue la que más se interesó por él. Sin duda, Peñicer, guardaba todos los requisitos para ser una estrella de fama mundial: era apuesto, sexy y no sabía ni cantar ni componer, por lo que no intentaría modificar el disco con molestas pegas artísticas.

Así, al poco tiempo, se lanzó el primer trabajo discográfico de Ramón en una gran compañía. Su disco, que llevaba el picantón título de "*Ritmo caliente de noche adolescente*", fue un éxito de ventas inmediato. Radios y televisiones estuvieron muy pendientes de este trabajo que se bailó en todas las discotecas del país. Incluso la revista especializada "Rolling Stone" le dedicó un extenso artículo títulado "*El fin de la música*". El album, de estribillos pegadizos y contagioso son caribeño, estuvo durante varias semanas en lo más alto del Top Ten español.

Los medios más reconocidos comentaron este nuevo trabajo. Concretamente la sección cultural de El País calificó a Ramón como "*el nuevo Bustamante*". Pero no todo fueron malas críticas: el periódico ABC elogió el "*excelente diseño*" de la portada del disco.

Pero fue el público el que subió a Peñicer a los altares de la fama. Hubo unanimidad: Ramón era su nuevo ídolo. Este cambio tan radical fue muy difícil para la joven estrella y cuentan sus allegados que la fama se le subió a la cabeza y se convirtió en una persona difícil de tratar. Se paseaba por su antiguo barrio de clase obrera con su deportivo y cuando divisaba a algún antiguo amigo le soltaba indirectas del tipo "*hasta siempre pringao*" para después arrancar e irse a toda velocidad entre risotadas.

Fue con la llegada de su cuarto disco, cuando Ramón empezó a madurar musicalmente y a relacionarse de nuevo con los círculos sociales de los que procedía. Este disco, titulado "*No es lo mismo, para nada*", criticaba el desastre del Prestige, la guerra de Irak y el maltrato doméstico. El disco tenía vocación de atemporal y es por eso por lo que colocó una coletilla en la contraportada que rezaba "*hago extensiva la crítica a todas las reivindicaciones que se pongan de moda en el futuro y con las que esté de acuerdo una amplia mayoría*". El antiguo Ramón había vuelto. Tal y como declaró al periódico EL MUNDO, "*los pobres merecen todos mis respetos porque en el fondo también son personas*", metiéndose así en el bolsillo a las clases más desfavorecidas.

A pesar de que los entendidos dicen que las canciones del artista son prácticamente indistinguibles entre sí, Peñicer se ha convertido en el cantante más laureado del panorama nacional. Sin importarle los constantes insultos de una minoría y la afrenta personal que supuso que le otorgaran el premio MTV al mejor cantante de 2004, Peñicer sigue adelante con su meteórica carrera profesional y en su lucha por salvar a la música de su peor cáncer: la piratería.

Algunas fuentes consultadas

BBC. “Piratería: un tema espinoso”. 28/8/02.

Anuario SGAE 2004.

El País. “El negocio musical se apunta a los conciertos”. Luis Hidalgo.

El Mundo. “Más conciertos y menos discos en el pasado año”. 1/7/04. SGAE: "Seguimos con la resaca de 'Operación Triunfo', porque en 2001 fue un gran año para los conciertos debido a estos artistas".

Memoria SGAE 2002.

Nota de prensa SGAE. “La SGAE repartió entre sus socios 262,5 millones en 2003, un 6% más que en el ejercicio anterior”. 14/4/04.

Pedro Farré. Entrevista on line en EL PAIS. 20/4/05.

ABC. “España es el país de Europa occidental con mayor índice de piratería musical”. 23/07/04.

Entrevista de Guillem Martínez a King África para Interviú (nº 1485, 11/10/04).

Reseña del Corte Inglés al disco de SJK: “Guille, Teté, Boliche y DVD, estos cuatro personajes de la serie Los Serrano, en plena adolescencia y sin apenas saber tocar una nota, han formado un grupo músico-vocal de nombre SJK”

Manual de Propiedad Intelectual. Coordinado por el Prof. Dr. D. Rodrigo Bercovitz.

Juan Montero Aroca. "La legitimación colectiva de las entidades de gestión de la propiedad intelectual"

Eduardo Galeano. “Patas Arriba. La escuela del mundo al revés”.

Entrevista a Victor Manuel. Elmundo.es 5/5/01.
Entrevista a Victor Manuel. Ciberpaís. 10/5/01.

Entrevista a Natalia Verbeke. Elmundo.es. 11/7/02.

Entrevista a Natalia Verbeke. La Gaceta de los Negocios. 1/4/05.

Entrevista on line a Presuntos Implicados. El País. 27/04/05.

El Mundo. “¿El precio justo?”. 15/11/02
Entrevista a Loquillo. Emisión digital. 22/11/02.

TITIRITEROS

EL PLAN ANTIPIRATERÍA

"El Plan, en primer y último término, se dirige a la ciudadanía en su conjunto. Sólo con un reconocimiento social de la propiedad intelectual y de la figura del creador será posible disminuir, si no eliminar, estos hábitos perversos".

Extracto del Plan Antipiratería.

El 21 de Junio de 2004, día Internacional de la Música, un grupo de autores y artistas se reunieron en el palacio de la Moncloa con Rodríguez Zapatero. Como es lógico, oír los problemas laborales de personas como Alejandro Sanz y David Bisbal, toca el corazón de cualquiera, y el presidente, que no es de piedra, prometió la adopción de un grupo de medidas destinadas a mejorar las condiciones de la industria. Un mes después del encuentro, Antonio Guisasola, de Promusicae, dijo en ABC que si no se cumplen esas acciones prometidas "*la siguiente visita no será tan agradable*".

No hizo falta una siguiente visita, y el 8 de Abril de 2005 el Consejo de Ministros aprobó el Plan Antipiratería. El texto consiste en una declaración de intenciones que busca demostrar a la industria que el gobierno ha hecho sus deberes. El Plan, mientras acaricia a las grandes corporaciones, riñe a los ciudadanos por hacerlas rabiar con su mal comportamiento.

Lo primero que llama la atención de este trabajo de encargo es que divide el panorama cultural en productores y consumidores. Unos crean, otros compran. No hay ciudadanos ni derechos, sino un sistema de mercado que otorga unas misiones muy claras: vender y ganar, a unos, y comprar y callar, a todos los demás.

Las sociedades de gestión y algunas asociaciones de autores parecen más redactoras del plan que los redactores del plan. La ideología de éstas se ha plasmado en él sin el más mínimo debate con la sociedad a la que se dirige. El hecho de que los ciudadanos son consumidores y que Internet debe suponer únicamente el salto de un mercado a otro mercado, ha sido defendido por estas asociaciones que creen que los sistemas económicos no son creados por los humanos sino que son solo un reflejo del estado natural de las cosas.

En ese mundo en el que los modelos económicos han sido trazados por la mano de Dios, las revoluciones se convierten en la posibilidad de dar un gran salto que te traslade de lo mismo a lo mismo. Para Teo Cardalda, Internet presagiaba una revolución que consistía en el paso de "*un mercado físico*" a un "**mercado virtual**". Para los que creen que hemos llegado al final de la historia, las revoluciones no representan un nuevo futuro sino la sofisticación del presente.

Para Teo, esa revolución ha sido entorpecida por el "*amotinamiento civil de los consumidores*". Cuando a los ciudadanos se les considera meros consumidores, todas las reivindicaciones de hagan y que vayan más allá de las protestas por el precio de la banda ancha, de los sistemas anticopia de los discos o de los plazos de garantía, se consideran amotinamientos o reivindicaciones trasnochadas.

En la discusión sobre los derechos de autor, a la sociedad se le ha reservado el papel de oyente. Pero esa conversión de ciudadanos que intervienen en los asuntos que les conciernen a consumidores que pagan y callan, no la inicia el Plan Antipiratería sino que simplemente la sacraliza. Esta consideración ya se viene pidiendo desde hace tiempo por un sistema económico que solo sabe lidiar con clientes. Para Teo Cardalda, el hecho de que en Internet comiencen a proliferar las empresas de venta de música, es el cumplimiento del "*sueño de finales del siglo pasado*". Ese sueño lo enuncia, textualmente, con una frase: "*Cada hogar, una tienda. Cada ciudadano, un consumidor*".

El Plan Antipiratería apoya ese sueño de unos pocos y mantiene la idea de que Internet solo es respetable en la medida en que convierta al mundo en un Corte Inglés infinito. El ciudadano, que solo tiene la opción de ser comprador o ser pirata, es parte de un sueño que nunca quiso.

Uno de los objetivos del Plan es realizar un retrato robot del pirata modelo con cuestionarios que los identifique y los clasifique. El problema es que "los infractores" no son un grupo abarcable por un cuestionario. Varios millones de personas descargan obras de las redes P2P que después copian a amigos que las disfrutan con sus padres que las prestan a los compañeros de trabajo. El término piratería que usa el gobierno es tan amplio que el cuestionario revelará que de él no se salva ni la mayor parte de los que lo han redactado. Las demandas llevadas a cabo en buena parte del planeta por el uso de las redes P2P, ya han hecho pasar por los tribunales a un juez alemán, un cocinero francés y un concejal Inglés. El perfil del pirata, entendido como lo malentiende la industria, es tan expansivo que podría englobarnos a todos. Ni patas de palo ni parches en el ojo, solo ciudadanos corrientes y molientes atosigados por usar los aparatos que a veces venden las mismas empresas que más se quejan por la "piratería".

El Plan parte de las mismas bases de las empresas a las que sirve. La inmoralidad e ilegalidad del uso de las redes P2P se presenta como lugar común que nadie en su sano juicio sería capaz de discutir. El hecho de que las usen millones de personas, que las tesis jurídicas de la industria sean discutibles en unos casos y ridículas en los demás, y que la moral no es un monopolio del Estado, no importa a aquellos que han terminado por creer que los ciudadanos son sus hijos y que no hay nada que discutir con ellos.

Para educar a los descarriados, el Plan prevé, como medida urgente, la realización de una campaña de concienciación. Y no serán un par de anuncios, sino todo un bombardeo que puede sorprenderte en cualquier esquina, en cualquier canal y en cualquier emisora de radio. Extirpar los pensamientos incorrectos es el plan que tiene el plan. Tu conciencia no es la adecuada y papá gobierno te ayudará a encontrar el buen camino.

Las palabras concienciación, sensibilización y educación son las más repetidas a lo largo del texto. La palabra "adoctrinamiento", sin embargo, no aparece. La educación da libertad de opción mientras el adoctrinamiento inculca ideas, y eso último es justo lo que se procura.

El sueño de Teo Cardalda que convertía las casas en tiendas y a sus habitantes en compradores, tropieza con los ciudadanos despiertos. Es por eso por lo que el Plan Antipiratería tiene principalmente una función sedante. La distracción, el engaño y la manipulación saltan de las hojas

del Plan a las televisiones, las radios y los periódicos. Esa es la solución propuesta por los que no aceptan el papel activo de los ciudadanos en la regulación de sus propios actos. Los medios de comunicación, diseñados para informar a los ciudadanos, serán los encargados de hipnotizarlos.

FABRICANDO MENTES

En la guerra ideológica de la propiedad intelectual, los medios de comunicación solo permiten bombardear a uno de los bandos. Esa lucha, en la que se usan como soldados a ciertos artistas de este país, está destinada a la "*concienciación*", que es como a los que se consideran progresistas les gusta llamar a la manipulación.

Cuando Teddy Bautista apareció en El País con unas declaraciones que a la par que llamaban "*pendejos electrónicos*" a muchos internautas, parecían quejarse de la existencia de la libertad de expresión y de información en Internet, la red se inundó de protestas, pero ninguna de ellas se reflejó ni en ese ni en ningún otro diario. Ese es, supongo, el tipo de libertad de expresión que a Teddy le satisface. Aquella libertad que a él, por ser él, le da la posibilidad de aparecer en cualquier medio y aquella que tú tienes de patalear en tu casa siempre que no molestes al vecino.

Se llama libertad de expresión al monólogo del poder y el hecho de que Internet ponga en duda esa ley eterna pone nervioso a más de uno que ve cómo se tambalea el monopolio de la expresión y la información.

Entre los actuales medios de comunicación, la televisión gana por goleada y ella es, en nuestro tiempo, el verdadero cabeza de familia. Lo que ella dice va a misa y pocas veces se ponen en duda sus enseñanzas. Cuando a los comerciantes de noticias les dio por hablar de los juegos de rol, las madres de este país se santiguaban si sus hijos decían que ellos querían jugar a uno. Parece que al final nada de tonta tenía la "*caja tonta*" que sabe fabricar eficazmente ideas, moral y sentimientos.

Aunque en cierta medida ya había empezado, el Plan Antipiratería ha dado la orden de bombardear masivamente a la opinión pública con lo que ocurre por estos mundos de Internet, y no serán pocos los padres que, asustados, interrogarán a sus hijos preguntándoles si ellos también son "*piratas de esos*". Los medios de comunicación condenan sin dar derecho a réplica y la sociedad se encarga de ejecutar sentencia.

La televisión, que es un vehículo idóneo para el ejercicio de la libertad de expresión, se ha convertido en la mejor arma para exterminarla. Ese aparato crea, homogeniza y esteriliza la opinión de tal modo que ya hasta se permite el derecho a expresarla. Lo que antes se controlaba sectorialmente a golpe de porra ahora se consigue globalmente a golpe de zapping, y donde no llega la televisión llega la sociedad que se encarga de marginar a los disidentes que reciben, con la exclusión, su castigo ejemplar.

En esta guerra en la que se enfrenta el interés económico de las empresas que explotan la propiedad intelectual y el acceso a la cultura, los que defienden el primado absoluto del primero tienen todas las armas para difundir su opinión a través de unos medios que le rinden pleitesía. La repetición continua de opiniones parciales genera verdades absolutas.

Parece que es solo cuestión de tiempo que la sociedad termine defendiendo con uñas y dientes intereses que no son los suyos.

La sociedad sin conciencia

"El usuario de internet, convertido en consumidor digital, está obligado a hacer un examen de conciencia".

Teo Cardalda, presidente de ACAM

El pensamiento único, que cada vez se parece más al pensamiento cero, es la principal consecuencia del monólogo del poder, que imparte sus clases magistrales en los salones de cada casa. La televisión construye mentes y fotocopia personas. "*Cada uno es un mundo*", aseguran los clones.

El "*pensamiento único*", aunque extendido, no se llama así por ser el único que existe sino porque se presenta a sí mismo como el único posible. El "pensamiento único" no acepta ser una idea más sino que se autoconsidera sentido común, palabra de Dios o designio de la naturaleza. Todo lo que lo contraríe es loco, blasfemo o contranatura.

Las opiniones del poder económico no admiten rival y cuando la práctica social las contradice es porque el pueblo debe ser educado y su moral necesita de mejor guía espiritual. Teo Cardalda, presidente de ACAM, en relación con los futuros juicios por "piratería" dice que los autores esperan que impere el "*sentido común en las sentencias cuando éstas se produzcan, un sentido común que seguro irá arraigando en los ciudadanos*". Es decir, el sentido común ya no necesita ser común para que pueda llamarse así, sino que es suficiente con que lo posean unos pocos elegidos que esperan que el resto termine aceptándolo como única opción posible. En la fabricación del consentimiento uno sabe que ha llegado al éxito total cuando consigue imprimir la ideología hasta tal punto que la transforma en un sentido común artificial. Como lo obvio, por definición, se argumenta por sí mismo es difícil luchar contra tanta evidencia postiza y tanto sentido común sin sentido.

La SGAE, los artistas superventas y las multinacionales discográficas se han lanzado a una campaña destinada a la educación del desviado pueblo. A pesar de que Internet es buen reflejo de que hay opiniones distintas y de que el tema no es ni mucho menos indiscutible, los medios de comunicación solo emiten y difunden las ideas de una de las partes del conflicto. Ya dice Noam Chomsky que la propaganda es a la democracia lo que la violencia a la dictadura. Hay que controlar lo que la gente piensa. No se puede permitir que la sociedad hable de sus intereses sino que hay que hacer ver que el único interés digno es el de la SGAE y sus mil portavoces. "*Pienso, luego existo*", decía Descartes. "*Piensan, luego hay que remediarlo*" diría la SGAE.

El fenómeno no es nuevo. Toda sociedad ha tenido que aceptar verdades absolutas creadas por el interés de los ricos de no dejar de serlo. Antes se usaba a Dios para que hiciese de portavoz y todos aceptaran, ahora se usa a la televisión. Los intereses de clase se convierten mediante la repetición en todos los medios de comunicación en una moral absoluta, eterna e inmutable que no admite discusión. Posteriormente los legisladores se encargan de sacralizar en los códigos lo que ya todos aceptan como verdadero en sus casas y en las calles.

En la búsqueda de la moral única no son pocos los artistas que se han convertido en profesores del descarriado pueblo. La teoría que dice que el pueblo es un grupo de niños que necesita de personas más sabias y elevadas que los guíen, no es nueva. El periodista Walter Lippman ya elevó la manipulación a la categoría de arte hace unas décadas. Según él los ciudadanos son un "*rebaño desconcertado*" que tiene que ser eficazmente guiado. La sociedad es demasiado estúpida como para saber lo que es legal y su moral es despreciable y debe corregirse.

Es difícil equilibrar posturas cuando una de las partes cree que su función es la de educar a la otra. Para el poder, las estructuras del pensamiento en las sociedades modernas están divididas por clases: por un lado, la élite intelectual que representa los intereses económicos de unos pocos definiendo principios e ideologías, y por el otro unos ciudadanos destinados a aceptarlas porque no tienen capacidad suficiente ni para trazar ideas coherentes ni para saber cuáles son sus intereses.

Es decir, sencillamente la sociedad carece de ética y esos valores se enseñarán desde arriba hacia abajo. Reinhold Niebuhr, consejero presidencial de asuntos exteriores de EEUU en la época de Kennedy, dijo que "*la racionalidad pertenece a los observadores tranquilos, mientras que la gente corriente, no sigue mas razón que la fe, estos observadores tranquilos, deben reconocer la estupidez del hombre medio y deben facilitar la fantasía necesaria y las supersimplificaciones emocionalmente potentes, que mantendrán a los ingenuos inocentes en el buen camino*".

Teddy Bautista lleva a la práctica esa teoría general y, cuando habla, no parece que esté manifestando una simple opinión, sino apelando a un derecho natural invariable que hay que seguir para ir por el buen camino. Para él "*la piratería es una quiebra de uno de los valores que sustentan la sociedad. La sociedad se basa en normas de comportamiento, en convenios y consensos y si la piratería se permite y se disculpa se está quebrando la ética social*". Pero, ¿cómo puede romper la sociedad la ética social? La ética social no puede ser traicionada por los comportamientos generalizados de la propia sociedad, porque son precisamente ellos los que la determinan. Lo que Bautista quiere decir realmente es que la ética social es incorrecta y hay que cambiarla. Concretamente por la suya. El hecho de que la sociedad piense distinto solo puede tener la explicación de que están corruptos por dentro. En el mejor de los casos no es porque la sociedad sea mala sino porque el demonio les ha poseído y hay que hacer un exorcismo de urgencia desde todos los medios de comunicación. Para Bautista el fenómeno de la piratería es muy difícil de combatir porque depende de la conciencia de la sociedad civil. Tal y como él lo define: "*la piratería es un gusano que te come por dentro sin darte cuenta*". No es que tengas una respetable opinión divergente, lo que tienes es un bicho en el cuerpo.

Esta visión no se quedará en una pataleta esporádica en los medios de comunicación tradicionales. La propaganda pretende ser un bombardeo que no deje neurona viva. La goma de borrar que limpie nuestra conciencia y nos convierta en defensores a ultranza de intereses opuestos a los nuestros, está preparada para sorprendernos tras cualquier esquina. Para José Manuel Gómez Bravo, director de Propiedad Intelectual del Grupo PRISA y expresidente de la Mesa Antipiratería, cualquier cauce para hacer su campaña particular es bueno: "*desde las series de televisión, al mundo del deporte, que son ámbitos de mucho predicamento entre los más jóvenes que pueden hacerles reflexionar sobre esas prácticas*". No solo en el futuro la familia Serrano será la encargada de nuestra errónea educación y de la de nuestros hijos, sino que la

propaganda amenaza con extenderse a los conciertos, salas de cine, fanzines, locales de diversión y mensajes a móviles; "*habrá que lanzarse a todos aquellos mecanismos suyos de comunicación*", asegura José Manuel Gómez Bravo, representante de la Comunidad de los Rectos.

Los fanáticos del copyright siembran la tierra con sus particulares ideas legales y económicas. No importa que las primeras sean insostenibles, ni que las segundas se demuestren ineficaces en la práctica. Los dogmas de la religión del copyright se presentan a sí mismos como única verdad.

El 19 de Abril de 2005, un grupo de alumnos del Master de Propiedad Intelectual del Grupo Prisa fueron al instituto Antonio López, de Getafe, para evangelizar a todos aquellos pecadores que caen en la tentación del Emule. Los alumnos del Master, miembros aventajados de la religión del copyright, instruyeron a los jóvenes de los peligros de descargar música y películas de Internet. La alternativa era seguir la palabra sagrada o esperar el castigo en forma de hecatombes, epidemias y plagas. Si sigues bajando de la Red "*ya no habrá nuevas películas, ni nuevas canciones, ni autores que se arriesguen*", además, según el diario EL PAIS, "*los alumnos del curso [de propiedad intelectual] pintaron un panorama desolador, con tiendas de discos sólo llenas de discos recopilatorios*".

Educados bajo el prisma de que modelos económicos solo hay uno y que la cultura y la industria son una misma cosa, estos nuevos guardianes de la moral y las buenas costumbres adoctrinaron a sus futuros fieles. Los fanáticos del copyright crean adeptos a un sistema económico que no funciona y a unas leyes que si realmente existieran nos perseguirían a casi todos. Mientras los convencidos siguen los mandamientos para asegurarse plaza en el cielo, los convencedores prefieren sitio en alguna que otra empresa o entidad de gestión como premio a su labor mesiánica.

Sin embargo, la tarea es difícil porque las cosas aquí abajo son muy distintas a como son en el cielo. Aquí, en la tierra, las leyes tienden a proteger únicamente a los mercaderes que Jesús expulsó del templo y, siendo así, es difícil asustar con lo de que la música desaparecerá porque su precio ya hace que esté de hecho desaparecida para la mayoría.

Con éxito o sin él, los evangelizadores, completada su misión, se fueron no sin antes desearle a los moralmente desviados "*que por lo menos la conversación os haya servido para que tengáis más simpatía por los derechos de autor*". Simpatía probablemente no despertaron, pero miedo seguro que sí. Y es que a veces, con tanto diluvio universal, es difícil saber cuándo la religión busca que ames a tu Dios o que le temas.

Este tipo de adoctrinamientos a domicilio se considera que no son propaganda sino educación objetiva. No representan un determinado modo de ver la propiedad intelectual, concretamente el modo más restrictivo y asocial, sino que es el único modo. El orden natural de las cosas es lo que representan estos enviados de Dios y todo lo demás no pasa de ser una visión crítica de un orden invariable e impuesto desde el cielo.

El 27 de Abril de 2005 se suspendieron las conferencias sobre software libre organizadas por el Centro Social Seco y alumnos de la Escuela Politécnica de la Universidad de Alcalá de

Henares porque, según la dirección de la escuela, esos actos eran "*una tapadera para hacer propaganda política*". La única diferencia entre estas jornadas y las clases sobre "propiedad intelectual" del Master del grupo PRISA es que las segundas no eran una tapadera para hacer propaganda política, sino que eran propaganda política descarada. Sin tapaderas ni complejos.

"*Los ciudadanos tienen que cambiar su mentalidad*", dice la ministra de Cultura a sus hijos. Esta campaña de educación que se pretende impartir por aquellos que hablan de los "*ciudadanos*" o de las "*personas de la calle*" como si fueran gente distinta a ellos, es en realidad una campaña de adoctrinamiento.

Una vez pasado el fin de semana tras la aprobación del Plan Antipiratería, los editoriales de los diarios comenzaron su labor propagandística. El de "El Periódico de Cataluña" tenía el ilustrativo titular de "*Copiar no debe ser gratis*". Desde la editorial de EL PAÍS se pide más mano dura en esta tarea de trasplante de mentes en masa: "*Las campañas de mentalización ciudadana, parte destacada también entre los cinco puntos del plan gubernamental, deben ser atinadas y no caer tanto en las aulas de los colegios como en todos aquellos lugares donde los más jóvenes -que son los que, por lo común, no tienen sentido de culpa ni percepción de infracción legal- acceden como lugares de ocio. Los mensajes a ellos destinados deben ser claros y directos y utilizar sus medios habituales de comunicación, desde los móviles a campañas en páginas web o la televisión*".

Cuando la Asociación de Usuarios de Internet, tres meses antes de la aprobación del Plan Antipiratería, hizo al Ministerio de Cultura la pregunta explícita de si el intercambio sin ánimo de lucro en redes P2P era legal, la respuesta fue: "*Si el intercambio de contenidos a que usted hace referencia supone una actividad para la que la ley establece la necesaria autorización de los titulares de los derechos, obviamente no podrá realizarse sin ella, salvo que dicho intercambio sea encuadrable en alguno de los límites para los que la ley de la propiedad intelectual establece que no es necesaria la autorización del autor ni la del resto de titulares de derechos de propiedad intelectual. Por otra parte, como usted sabe, la interpretación de las leyes no corresponde a las Administraciones Públicas sino a los Juzgados y Tribunales de Justicia*".

La respuesta del Ministerio se podría haber resumido en que el intercambio en P2P es legal, si lo permite la ley, pero que no lo es, si no lo permite. Pero lo que resulta más sorprendente es que mientras dicen que no son nadie para interpretar las leyes inician una campaña masiva con la que elevan su opinión legal a verdad universal.

El poder económico siempre ha estado empeñado en hacer pasar a sus intereses privados por intereses comunes. Si pirateas no solo me perjudicas a mí sino que acabarás con la música, acostumbran a decir los superventas futurólogos. Por lo tanto, sus intereses y los nuestros coinciden. Son comunes los intereses de un magnate discográfico y los de un camarero. Pero, si esto es así, si es cierto que los que descargan música de Internet perjudican sus propios intereses ¿por qué siguen haciéndolo? Es sencillo, simplemente son demasiado estúpidos como para darse cuenta de lo que les conviene y hay que guiarlos por ese "*buen camino*" del que hablaba Reinhold Niebuhr.

El poder traslada el mensaje de que lo que la sociedad pide hay que rechazarlo porque la perjudica. Los ciudadanos, incapaces de saber qué es lo mejor para ellos mismos y para tomar sus propias decisiones, deben ser educados por un grupo de personas mejor preparadas. Como dijo Harold Laswell en Encyclopaedia of Social Sciences, debe reconocerse la "*ignorancia y estupidez de las masas*" y no dejarse llevar por "*dogmatismos democráticos acerca de que los hombres son los mejores jueces de sus propios intereses*".

Hoy continúa vigente esa estrategia que se basa en hacer creer que lo que perjudica a un sector privado es en realidad un problema colectivo. El hecho de que millones de personas se intercambien cultura y la tengan al alcance como nunca antes en la historia, es enfocado como un grave problema que afecta a la sociedad en su conjunto y contra el que los ciudadanos deben luchar activamente. El periódico EXPANSIÓN dice que El Plan contra la Piratería, "*da al fenómeno un enfoque correcto, al considerarlo no como un problema específico de un sector industrial, sino como una cuestión que afecta a toda la sociedad. [...] La piratería genera evidentes efectos perniciosos para la sociedad [...] El final de la piratería exige concienciar e involucrar a los consumidores en su erradicación*".

Esa educación queda a cargo de una élite que considera que dejarte libertad para tomar tus propias decisiones es tan inteligente como permitir a un niño de dos años cruzar la calle solo.

No es sólo en España. La estrategia de concienciación para que los ciudadanos se pasen a base de palos a un modelo de negocio que no demandan, se practica con éxito en la mayoría de los países. Como saben los padres que hayan echado mano alguna vez de la leyenda del Coco, la estrategia del miedo aplicada a edades tempranas suele tener el efecto disuasor deseado. En Francia, Google, Symantec, Microsoft y la European Music Copyright Alliance han subvencionado una campaña propagandística sobre el "*uso responsable, prudente y civilizado de Internet*" para que sea impartida en los colegios. Serán estas grandes corporaciones las encargadas de educar a los hijos y de hacerlos consumidores ejemplares. Los colegios galos pasan vídeos a sus alumnos más jóvenes donde se les recuerda que los peligros les acechan a solo un clic de distancia. Como el narrador advierte a esos pequeños peligros sociales: "*distribuir archivos musicales sobre los que no posees derechos se paga con 3 años de prisión y multa de 300.000 dólares...es un riesgo muy grande por algo tan pequeño, sobre todo cuando existen ofertas gratuitas y sitios legales de pago*". Tras estas palabras aparecen en pantalla los logos de iPod e iTunes. iPod es un reproductor de música digital e iTunes una plataforma de pago para la descarga de música. Ambos productos están fabricados por Appel que es, por si lo dudaban, colaboradora de la campaña educativa.

Con la estrategia del miedo y la excusa de la piratería, las empresas promocionan sus productos en las escuelas y enseñan a nuestros hijos los sacrosantos valores del consumismo. Ya en 1934 el ex publicitario James Rorty explicaba que "*el sistema democrático de educación (...) es una de las mejores maneras de crear y expandir los mercados de artículos de toda clase*".

El hecho de que los internautas sean más duros de pelar en lo que se refiere a la fabricación de su opinión es que el método de recibir la información que tiene Internet es colectivo. Las noticias se publican y todos los internautas de cualquier país las comentan, las con-

trastan, las niegan o las aceptan en el mismo sitio donde se han publicado. Ya no estás solo cuando la información te llega.

El sistema de "*fabricación del consenso*" era perfecto: a la gente se le encierra en casa, se le sienta ante el televisor y se le suministran las ideas que debe aceptar. Es difícil defenderse de algo así cuando no puedes contrastar con nadie la realidad de lo que has visto. Si dudas, inmediatamente la duda se diluye porque piensas que solo lo piensas tú y que debes estar poco menos que loco. Sin embargo, en Internet, la cosa cambia. Si aparece una noticia alarmante, los internautas se ponen en contacto, se hacen preguntas y se las responden mutuamente. Lo más peligroso de Internet es que mantiene a la gente en contacto y ante tanta diversidad siempre hay alguien que sepa de lo que tú preguntas. Lo que antes se acataba como cierto porque no sabías a quién acudir para que te despejara la duda ahora es relativo, y "relativo" es incompatible con el carácter incontestable que a sus palabras le quiere dar el poder.

La publicidad

La propia estructura de los medios de comunicación impide las ideas que no sean superficiales. Para empezar hay pocos programas donde se pueda debatir sin que aparezca Boris Izaguirre bailando en calzoncillos encima de la mesa. Por otro lado, los programas que permiten el debate, terminan antes de que te hayas hecho a la idea de que han empezado. Programas de una hora con intervenciones de segundos donde si te pasas de tu tiempo asignado el micrófono se te baja o el presentador te golpea en la nuca. Ese sistema es magnífico para los que defienden posturas elementales. En 59 segundos, da tiempo a que Chenoa diga que los músicos se mueren de hambre por la piratería y a que guiñe el ojo a la cámara por lo menos un par de veces, pero intenta explicar algo más complejo en ese tiempo. Es absolutamente imposible.

Pero no solo eso, en estos tiempos, en los que los costes de mantener un periódico, una emisora de radio o un canal de televisión, son prohibitivos, los patrocinadores publicitarios son los que deciden, con sus inversiones, la vida o la muerte de un medio de comunicación o de las noticias que comunican.

Los periódicos críticos han sido aniquilados porque para los anunciantes es una pérdida de tiempo y dinero insertar publicidad en medios que no están destinados a posibles consumidores sino a un sector social para el que llegar a fin de mes es un record olímpico. El hecho de que la clase obrera no sea la mayor consumidora de Chanel Nº5, chalecos Lacoste o zapatillas Nike, es la razón por la que los periódicos dirigidos a ella nunca tendrán publicidad que les financie y les permita competir.

"*Los productores que ofrezcan a los patrocinadores las mejores oportunidades de lograr un beneficio a través de su público recibirán apoyo, mientras que aquellos que no puedan competir a ese respecto no sobrevivirán*", dice Joseph Turow en "Media Industries: The Production of News and Entertainment". Los que sobreviven son los grandes mercaderes de noticias, que saben bien que sus clientes no son sus lectores, sino sus anunciantes.

La televisión es influyente pero no es comparable a la influencia de la publicidad sobre la propia televisión. Esa influencia no es sutil y accidental, sino determinante, porque, como sabe Grant Tinker, director de la NBC, "*la televisión es un medio sustentado por la publicidad*".

La publicidad y el patrocinio deciden los contenidos. Los medios de comunicación tienen que mantener y captar a los patrocinadores que les subvencionan y, para eso, deben convencerles de por qué estos programas y no otros les son beneficiosos para incluir su publicidad. En otras palabras, si vas a las oficinas de Vale Music para convencerle de que patrocine un documental sobre los beneficios culturales que origina la difusión libre y gratuita de la música en Internet, no te olvides del chaleco antibalas. No solo no patrocinarán ese programa sino que, si lo emites, lo más probable es que no patrocinen ni inserten publicidad en ningún otro en el futuro. Has perdido un cliente y todo por jugar a ser periodista.

La posibilidad de enfadar a los anunciantes que te pagan la piscina olímpica es la espada que pende sobre la cabeza de los directivos de los medios de comunicación. Como cuenta Noam Chomsky "*la cadena de televisión pública WNET perdió en 1985 la financiación de la Gula + Western después de la emisión del documental Hungry for Profit (el negocio del hambre), que contenía material crítico con la actividad de las empresas trasnacionales en el Tercer Mundo [...] El director ejecutivo de la Gula + Western se quejó a la emisora porque el programa era "virulentamente anticomercial, por no decir antiestadounidense". [...] El Economist de Londres afirmó que "mucha gente cree que la WNET no volverá a cometer el mismo error*".

Y no solo la WNET no volverá a cometer el mismo error, sino que, los que saben escarmentar por cabeza ajena, tampoco lo harán. Las instrucciones de Procter & Gamble para su agencia de publicidad son precisas: "*en nuestros programas no habrá ningún material que de un modo u otro pudiera fomentar el concepto de negocio como algo frío, despiadado y desprovisto de todo sentimiento o motivación espiritual*". El director de comunicación empresarial de General Electric reclama "*programas con un ambiente que refuerce nuestros mensajes empresariales*".

El periodista español Xavier Más, que lleva 20 años ejerciendo la profesión, revela en su libro "*Mentiras*" que los anunciantes "*presionan todo lo que pueden para conseguir el titular y el enfoque informativo que más les conviene*". La influencia no es accidental sino que determina el modo en que se representará la realidad. Son los anunciantes los que presionan para "*que los suplementos de automóviles dejen bien a un modelo determinado, que la sección de sociedad no informe sobre la contaminación causada por los fabricantes de embutidos en los acuíferos de varias comarcas, que no se investigue a fondo la calidad de los productos frescos en las grandes superficies y que se olvide el proyecto de examinar el agua y la arena de las playas en una zona turística*".

La publicidad soborna con cifras que la mayoría ni sabíamos que existían y esas cifras mandan. No solo los anunciantes no permitirán que hables sobre ellos y les toques levemente, sino que, en general, los contenidos polémicos sobre cualquier tema no les son atractivos. Según exige S. C. Jonson & Co. sus anuncios "*no deben colocarse junto a artículos de temas polémicos o de materiales contrarios a la naturaleza del producto publicitado*" y, hasta hace poco, Chrysler exigía que "*se le informara por anticipado sobre cualquier contenido a publicarse sobre temas sexuales, políticos o sociales o cualquier editorial que pueda tener interpretaciones provocativas u ofensivas*". Aunque estas exigencias son, para los directivos, palabra de Dios, es cierto que eso no quita que artículos críticos salgan a la luz, pero son tan escasos que dan la sensación de representar opiniones marginales. En ocasiones, esas opi-

niones son las que secunda la gran mayoría de la sociedad, pero al estar a una proporción de uno contra cien en cuanto a su presencia en los medios, se consigue el efecto de que los lectores terminen por aceptarlas como radicales o extremas, aunque sean las suyas.

Las relaciones entre las empresas y el contenido de los programas que patrocinan no es un secreto. En 1996, se hizo pública una carta de Heineken a los productores del programa televisivo "*Hotel Babylon*". En el comunicado se reprochaba que se veía muy poco la cerveza, que los espectadores bebían algo tan poco masculino como el vino y que entre el público había demasiados negros.

Si las empresas tienen el poder de decidir hasta el color de la gente que ve los programas en directo, ¿qué pueden hacer con sus contenidos menos accidentales? La respuesta correcta puede que sea: lo que quieran.

Hace unos años, Fox Televisión, abrió un espacio de periodismo de investigación. A los profesionales que lo iban a llevar a cabo, se les dio lo que hoy parece una utopía: tiempo y libertad para tratar los temas. Según cuenta uno de los periodistas que participaron, uno de los primeros temas que se trataron fue el "*descubrimiento de que la mayoría de la leche del estado de Florida y de gran parte del país estaba adulterada con los efectos de la hormona de crecimiento bovina que estaban inyectando los granjeros a sus vacas para que pudieran producir más leche*". El tema era obviamente del mayor interés general, pero eso implicaba directamente a la corporación "*Monsanto*".

Tan pronto como se anunció el programa y el tema que tratarían, llegó a la redacción una carta de la abogada de Monsanto. La cadena retiró el documental para volver a comprobarlo y la conclusión a la que llegaron es que no había errores en la historia y que todo estaba absolutamente comprobado. A la semana llegó una nueva carta que advertía de que la retransmisión del programa traería "*pésimas consecuencias para Fox News*". Y fue ahí cuando todo se canceló. Como explica una de las periodistas, los directivos de la cadena, no solo tenían miedo a que les demandaran sino que también "*tenían miedo de perder dinero por publicidad por todos los canales que poseía Rupert Murdoch*". Tras una batalla entre los periodistas, que sabían que la historia era real, y los directivos, a los que eso no les importaba nada, la última posibilidad que se les dejó a los primeros era la de recontar la historia al gusto de Monsanto. La única posibilidad era, simplemente, mentir porque los periodistas sabían que la información que se les obligaba a emitir era demostrablemente falsa. Se negaron a presentar esa historia manipulada y fueron despedidos.

Los periodistas demandaron a la Fox por despedirles por negarse a hacer algo que consideraban ilegal, por negarse a retransmitir una información que sabían que era falsa y que demostraron que era falsa. El jurado falló contra la Fox y declaró que la historia que los periodistas se negaron a emitir era "*falsa, distorsionada o sesgada*". Pero Fox apeló el veredicto y ganó. Los jueces del tribunal dictaminaron que no se había despedido a nadie por negarse a cometer una ilegalidad porque falsificar noticias… no va en contra de la ley.

Las empresas llevan años pidiendo a gritos los programas que quieren, las informaciones que les gustan y los artículos inocuos que les satisfacen. Y su opinión y sus cheques

pesan más que solo tu opinión. Si esto es así, si aceptamos la publicidad como un filtro de la información, no es de extrañar entonces el consenso de los medios de comunicación a la hora de condenar lo que han coincidido en llamar "*piratería en Internet*". La próxima vez que te preguntes por qué ese artículo que has leído en la prensa del día sobre "piratería" es tan sesgado, pasa la página y si ves a Alejandro Sanz a todo color haciendo eso de taparse el ojo con un vaso, ya tendrás la respuesta.

Pedir imparcialidad a los medios de comunicación es visto como un sueño de locos. Ofrecer información objetiva para que el público saque sus propias conclusiones sin que se le suministren las ideas, parece una aspiración imposible. La memoria de 2003 de la Federación Antipiratería se congratula de que durante ese año "*TVE, Telemadrid y Antena 3 incluyeron diversas informaciones respecto a las actividades contra la piratería e incluyeron el tema en debates y monográficos en programas como "Informe Semanal", "Alerta 112" y otros. Además la postura de los medios estuvo claramente a favor de la protección de los contenidos*".

Muchas noticias son en realidad artículos de opinión disfrazados y aprovechan esa apariencia de rigor informativo para colar los mensajes sin oposición. La autodefensa intelectual está baja cuando lo que se cree que se va a recibir es simplemente información imparcial. Así, se termina aceptando como verdad incontestable lo que no es más que una de las muchas posturas posibles.

La perversión del lenguaje por los medios de comunicación realiza la labor de rendir pleitesía a las posturas del poder y desprecio por las que le son ajenas. En ocasiones no es una toma de postura consciente sino que los propios periodistas han adquirido como latiguillos lingüísticos lo que en su día nació como una manipulación absolutamente pretendida. La revista Computer Idea, en un artículo sobre la "piratería", calificó de Garzón justiciero al abogado que dijo haber denunciado a 4.000 españoles usuarios de P2P y que aseguró tener en el punto de mira a 91.000 más. A los que criticamos esa supuesta denuncia se nos adjudicó el menos apuesto sobrenombre de "los perros" que se le echaron encima. Según el artículo de esta revista fue imposible por parte de la industria parar las redes P2P porque, con el nacimiento de Napster, "*el mal ya estaba hecho*". Para colmo de colmos, en una columna del artículo en la que se reproducían citas de diversos personajes, aparece una que se asemeja ligeramente a algo que yo he dicho alguna vez y a la que decidieron colocar la firma de «*David Bravo Bueno, "un pirata"*».

La locutora de un canal de radio que me entrevistó por teléfono y en diferido sobre estos asuntos, mantuvo ciertas discrepancias conmigo sobre mi opinión acerca de la parcialidad de los medios de masas. Ella hizo una defensa encendida de la independencia y objetividad de, al menos, su programa. Tras aparcar este debate privado inicial y entrevistarme, me indicó que algunas de mis opiniones no podía pasarlas en antena por ser demasiado polémicas.

El diario de Córdoba, en una noticia que narraba las protestas contra la "piratería" que hubo en la 19ª entrega de los premios Goya, decidió el poco sensacionalista titular de: "*Don Quijote contra la piratería*" aprovechando que era el IV centenario de la obra magna de Cervantes.

El portal de Terra publicó unas declaraciones de Michael Jackson referentes a una ley que pretende "*penalizar con la prisión a los 60 millones de estadounidenses acusados de piratear música y películas a través de Internet*" en las que el artista decía que se quedaba sin palabras "*solo de pensar que las cárceles se llenen de fanáticos de la música, en su mayoría adolescentes, solo por bajarla*". El subtítulo elegido por Terra para la noticia fue: "*Explosivas declaraciones de Michael Jackson*".

En otra noticia de Terra se presenta la declaración de Alanis Morrissette que dice que "*para muchos artistas esta llamada piratería es favorable*". Bajo la fotografía de la cantante puede leerse "*Morrissette fue muy dura en sus declaraciones*".

Terra, que, por si lo dudaban, tiene actualmente un portal de descargas de música de pago, puso el subtítulo de "*explosivas declaraciones de Manu Chao*" a las que el cantante dio durante un programa de la cadena Emisión Digital. Terra nos cuenta que "*la conversación, que no tuvo desperdicio, fue derivando, hasta transformarse casi en una defensa de las copias personales de discos*".

En realidad, las declaraciones de Manu Chao no fueron "*casi una defensa de las copias personales de discos*" sino una defensa encendida, hasta tal punto que dijo que "*si un chaval de quince años no se baja tu disco de Internet, es que es gilipollas*". Terra, para sacar su titular, prefirió resumir esa frase a su manera y colocó: '*Eres un gilipollas si no pirateas*'.

Mientras nuestras leyes permiten las "*copias para uso privado*", los medios de comunicación se llevan las manos a la cabeza cuando un artista declara estar de acuerdo con ellas. Explosivas, polémicas y radicales son los calificativos que acompañan a las opiniones que no coinciden con las del poder por mucho que a veces coincidan con la ley o con el sentir general.

Los sin nombre

Cuando Jorge Cortell publicó en su página web que iba a descargarse un archivo protegido por copyright durante el transcurso de una conferencia retando a que le detuvieran, las opiniones sobre esa actuación se dividieron. Para unos, los menos, aquello era la autoconstrucción artificial de un mártir. Alguien que quiere convertirse en mito revolucionario saltándose toda la penosa parte de las luchas de toda una vida e ir directamente a la honorable muerte que le catapulte a la fama. Para otros, los más, aquella era la muestra de que Cortell creía lo que decía y hacía lo que defendía. Para los medios de comunicación, Cortell, sin embargo, no era ni héroe ni exhibicionista, ni revolucionario ni publicista. Para los medios, Cortell, sencillamente, no era.

Mientras en Internet el caso recorría blogs, foros y páginas webs muy populares, nacionales e internacionales, fuera de las fronteras de la Red prácticamente ningún medio hizo el menor caso. Los pocos que miraron de reojo fue para dar clases magistrales de cómo manipular con solvencia. El diario Levante, haciendo ley el dicho de que hay personas y personas, demostró en una noticia, que debía suponerse objetiva, la poca simpatía que tiene a las opiniones que se apartan de lo que el poder pregona. Bajo el titular "*El mantenedor de la descarga en Internet*", descubríamos que Cortell no era el profesor de un master sino solamente "*un conferenciante*" y los que le escuchan, no son el público, sino "*sus acólitos*". La

defensa del intercambio en las redes, hecha "*sin discreción*", se transmitía ante "*varias decenas de estudiantes entusiastas de no pagar por la propiedad intelectual*".

Los que se apartan del pensamiento único son poco menos que una secta cuando se ven reflejados en los medios de comunicación. Las ideologías que se contraponen en el debate sobre la propiedad intelectual se resumen en los defensores de la cultura, el orden y las buenas costumbres, por un lado, y las personas entusiastas de no pagar, por el otro. Y así, disfrazados de noticia, aparecen estos artículos de opinión escritos por personas que saben entre nada y menos que nada de la materia que comentan. El trato casi quirúrgico que demuestran con aquellos que tienen ejércitos de abogados con la demanda fácil, se convierte en despreocupación cuando el protagonista de la noticia es considerado inofensivo. Quien no aparece en el periódico no existe, y hay quien te pide que le des las gracias por sacar tu nombre impreso aunque sea para mancharlo.

La fuerza del eco

Lo peor de la manipulación es que es contagiosa. Algunos periódicos pueden presentar realidades que son contrarias a lo que su línea ideológica propugna habitualmente solo porque se dejan llevar por la corriente de opinión dominante en el resto de los medios. Al fin y al cabo los periodistas también tienen como mayor fuente de información a los propios periódicos.

En un periódico de tirada nacional, un columnista decía que a él no le parecía que comprar un buen disco a 18 euros sea caro porque "*el inicio de una noche de copas – y solo es el comienzo – ya supera esa cifra*".

Este redactor refleja una realidad de prosperidad económica que solo existe en su imaginación. Si de verdad lo habitual es que la gente se gaste 3.000 pesetas solo en el inicio de una noche de copas, es que vivimos en las antípodas de la precaridad. Lo sorprendente es que la cita reproducida es del número de Mayo de 2005 de "*Mundo Obrero*", el periódico del partido comunista.

La fuerza de la repetición crea realidades que no existen y consigue que los que piden la hoja de reclamaciones a los mandamases del mundo por la pobreza y la desigualdad sean después los mismos que justifican los precios apoyándose en una bonanza económica que ellos negaban ayer y que nuestra cuenta corriente niega todos los días.

Malas hierbas

La Asociación de Compositores y Autores de la Música (ACAM) tiene una página web que, supongo, será principalmente visitada por sus socios. Lo que estos probablemente no saben es que la información que les llega pasa un filtro riguroso. Las noticias que allí aparecen sobre la llamada "*lucha antipiratería*", suelen ser solo las que celebran las bajas del bando contrario y cantan victoria en una guerra que ya han perdido.

Pero no sólo las noticias son objeto de una selección sino que también su contenido pasa por las tijeras. Para resumir y dejar sólo lo importante, quedan por el camino todas aquellas informaciones que puedan incitar a los pensamientos impuros por parte de los lectores.

Cuando ACAM comentó la noticia aparecida en el diario Levante de la posible censura

de la conferencia de Jorge Cortell, terminó con la declaración del rector de la universidad donde ésta iba a producirse y que aseguraba que la única razón por la que no se le permitió impartirla es que no se siguieron los trámites ordinarios para solicitarla. Sin embargo, en el diario Levante, que sirve de base a la noticia de ACAM, y justo a renglón seguido de esa declaración con la que estos ponían punto y final, hay otra del presidente de Promusicae que reconoce haber enviado una carta al rector de la universidad en la que le advertía de que si durante la conferencia se realizaba la descarga de una obra protegida, tal y como estaba previsto, se estaría cometiendo "*un acto ilegal de forma masiva*". La referencia a esta carta de advertencia, que puede hacernos intuir mejor las razones que explican la postura de la universidad, desaparecía en la información ofrecida por ACAM.

No es la primera vez que el corta y pega por parte de esta asociación se hace eliminando las malas hierbas. Cuando reprodujeron extractos de la carta de Miguel Ríos clamando por la huelga de los músicos, ACAM citó lo siguiente:

"(...) Ahora, que las copias sean "públicas", se pague por ellas, y, además, sirva como argumento el bajo precio del producto robado, para afear nuestras protestas llamándonos peseteros, me parece perverso. Y ahí entra la sociedad".

La frase censurada bajo esos puntos suspensivos que quedaron como marca del trasquilón, es ésta: "*La posibilidad de clonar nuestro esfuerzo en "copias privadas" nunca me pareció mal. Que alguien se copie mis discos y los regale a quien quiera me halaga*".

FUENTES FIABLES

Los medios de comunicación tienen una demanda constante de noticias a la que satisfacer. La rapidez con la que se reclaman y los costes en tiempo y dinero para buscarlas y contrastarlas, obligan a reducir la labor periodística al mínimo.

Determinadas fuentes consideradas fiables por los medios de comunicación, alivian de la carga de una investigación imposible en un mundo a cámara rápida. Estas fuentes suelen coincidir con los representantes gubernamentales, funcionarios de policía o grandes poderes empresariales que cuentan con la apariencia de veracidad necesaria para que sus posturas particulares sean noticia.

El mito de Madrid Rock

Cuando el director de Madrid Rock dijo que cerraba su tienda por culpa de las descargas de Internet, los medios de comunicación no lo dudaron un instante. La prensa, la radio y la televisión, que no dedican ni un solo segundo a la música independiente, se convirtieron, de la noche a la mañana, en los mayores melómanos y defensores del arte. Titulares ñoños y lacrimógenos donde lloraban la caída de un mito y se lamentaban de la maldita piratería que lo había asesinado.

El periódico ABC tituló a la noticia "*El último Rock de Madrid*" y en su desarrollo no dejaba lugar a la duda de quién fue el asesino de la tienda y de la música: "*La parió la «movida». La mató la «piratería» [...] La piratería, el disco «bastardo», va a poner en la calle a 46 personas, algunas de ellas, con más de 10 años de trabajo a sus espaldas en el negocio*".

Es decir, lo que el director de la empresa había alegado como causa del descenso de ventas, era noticia. El empresario millonario que va a dejar en la calle a 46 personas culpando a otros de la calamidad, es una “fuente fiable”.

Pero cuando los 46 trabajadores que tanto le importaban a ABC destaparon, por medio de sus delegados sindicales, que podían “*probar fehacientemente*” que la tienda no cerraba por la piratería sino por la avaricia de un empresario que vendía el local por una suma incalculable a una multinacional textil, pocos medios se hicieron eco de esa réplica. Los que lo hicieron dejaban claras las diferencias que hay entre la opinión del director de un negocio y la de sus trabajadores. Mientras las palabras del primero eran palabra divina y se convertían en noticia, la de los segundos, que podían probarlas “fehacientemente”, eran solo una opinión.

Para ABC, “*a juicio de la central sindical [CCOO], el cierre está motivado por «una negligente gestión y una especulación inmobiliaria»*”. El periódico EL MUNDO, que en su día colocó a la noticia el explícito titular de “*La piratería acaba con Madrid Rock*”, tituló a las informaciones de los trabajadores como “*CCOO denuncia que el cierre de la tienda de discos 'Madrid Rock' se debe a la especulación inmobiliaria*”. “El País” había titulado a su reportaje “*La piratería mata un mito musical*” a pesar de que no había más prueba que la palabra del dueño del establecimiento, pero cuando los trabajadores dijeron, nómina en mano, que ellos cobraban parte de su sueldo por comisiones de ventas y que sus sueldos no habían bajado, este diario dijo que “*los empleados del establecimiento vinculan el cierre con supuestas maniobras especulativas, no con el descenso de ventas*”.

La primera opinión que se dio es la realidad y la segunda es lo que los trabajadores opinan sobre ella. Al fin y al cabo, de todos es sabido que los trabajadores son capaces de decir cualquier cosa para pillar un buen pellizco por su despido, no como los empresarios millonarios, conocidos por su amor a los obreros y por su proporcionada escala de valores donde el dinero ocupa los últimos peldaños.

La adicción a las cifras astronómicas y el mito del kilo de hachís

La exageración de cifras es algo habitual. Los millones de piratas o de dólares perdidos bailan de noticia en noticia sin el menor control. Para impresionar, los ceros a la derecha se colocan casi por inercia y los periodistas recogen y publican declaraciones que den numeritos por extravagantes que sean.

John Malcolm, de la MPAA, dijo, y así lo recogieron los periódicos, que en cualquier momento hay alrededor de 8.300 millones de personas distribuyendo material pirateado a través de la web. Más vale que sobre que no que falte, debió pensar este tipo que considera que hay más conectados a Internet que habitantes en el planeta tierra.

Para la prensa también es un dato oficial, una verdad incuestionable, las informaciones que provienen de fuentes gubernamentales. Poco importa que esas informaciones sean increíbles o ridículas.

Puede que ustedes hayan escuchado varias veces por boca de los fanáticos del copyright que la venta de un kilo de discos piratas es más rentable que la venta de un kilo de hachís.

Creo que el origen de la leyenda urbana está en las palabras del comisario europeo Pascal Lamy, que dijo que un kilo de hachís reporta unos beneficios de 2.000 euros mientras que un kilo de compactos piratas genera 3.000. Los medios de comunicación dieron ese dato por bueno y lo publicaron no como opinión del señor Lamy, sino como noticia. Al fin y al cabo lo había dicho un comisario europeo, blanco y con corbata. Además, también es medio calvo que, como es sabido, suelen ser tipos de fiar. El periódico EL PAÍS en su artículo "*El Imperio de los Piratas*" hacía una versión de esta leyenda urbana alterando ligeramente estos datos. Según este diario, un kilogramo de discos compactos piratas vale en la actualidad 3.000 euros, mientras que un kilo de resina de cannabis "*está valorado en 1.000 euros*".

Sin embargo, un poco de sentido común y una báscula habrían tirado por tierra esa teoría. Si pesan un CD en sus casas y realizan una sencilla operación matemática descubrirán que en un kilo entran, aproximadamente, 63 compactos. Esto quiere decir que, si un kilo de discos piratas genera un beneficio de 3.000 euros, cada compacto en las mantas cuesta 47'61 euros, y esto si suponemos que en ese negocio ilegal no hay gastos.

Obviamente es una estupidez, pero no importa porque la información proviene de una fuente fiable que relaja la molesta tarea del contraste. Mi cálculo, aunque esté basado en una operación matemática que todo el mundo puede comprobar, es solo una opinión. Lo que vale para la prensa es lo que dice Lamy, que para eso es comisario y sale en las fotos muy serio y con aspecto de estar permanentemente enfadado.

La frase del comisario se puso de moda entre los defensores de las restricciones de la propiedad intelectual. Era un buen eslogan porque ya habían conseguido identificar a la piratería con las descargas de Internet y ahora la mezclaban con el narcotráfico. Descargas de Internet, Top Manta y drogas en un mismo saco. Algo así como cuando los puritanos dicen que están hartos de películas llenas de drogas, violencia y sexo (si no eres miembro del Opus Dei, no hace falta decirte cuál es la palabra que no forma parte del mismo campo semántico).

Pedro Farré, basándose en una información que atribuye a la Agencia Tributaria, aseguró en el artículo "*Mafias y Piratería Cultural*" que fabricar y distribuir un kilo de discos piratas es "cinco veces más rentable" que vender un kilo de hachís. Si producir y poner en circulación 63 compactos falsificados da cinco veces más rendimiento económico que vender un kilo de hachís, es que los narcotraficantes ganan realmente poco. Limpiar escaleras les saldría mucho más rentable a los camellos porque cuenta con la ventaja de ser una actividad legal y que no exige introducirte cápsulas en ningún orificio corporal para cruzar la frontera.

El mito de los latinos y sus bárbaras costumbres

Según el diario mexicano "*La Crónica de Hoy*", algunos empresarios de la industria discográfica de EEUU dicen que la culpa del aumento de la piratería en aquel país es de los latinos "*que llegaron a Estados Unidos con la costumbre de comprar discos ilegales*". El argumento que confirma la teoría xenófoba lo da un empresario sin identificar y que asegura que "*esto lo podemos comprobar fácilmente porque hay otras personas, con un nivel socioeconómico menor, que no dañan la industria comprando música pirata*". No necesitó

contrastar más fuentes el diario mexicano para publicar una noticia titulada "*La piratería en EU aumentó por culpa de los latinos*".

La perversión del lenguaje

La elección de las palabras por los medios de comunicación no suele ser casual sino que se hace cuidadosamente para suavizar o agravar la realidad que se nombra.

Es por eso que algunas palabras se visten de gala para salir por televisión. Y es así como consiguen que desaparezcan las guerras que se convierten en intervenciones militares donde hay efectos colaterales, que es el nombre que reciben los que saltan por los aires sin saber de qué va la cosa cada vez que hay una incursión aérea. Ya no hay paro en el paradisíaco mundo del eufemismo sino que hay tasa natural de desempleo, no hay pobres sino carentes y no hay ricos sino pudientes. "*Políticamente correcto*" es como se llama al disfraz que se pone la realidad para salir por televisión.

Cuanto más leo los periódicos menos preocupado me siento por mis problemas, porque ahora sé que mi economía familiar no se va al garete como creía sino que experimenta un crecimiento negativo y los ricos que me roban por el camino para que eso ocurra no son ladrones sino cleptómanos que se enriquecieron por un golpe de suerte, es decir, que se enriquecieron como por arte de mafia.

Por el contrario, cuando lo que se trata es que la sociedad perciba con recelo una realidad social que por ahora le resulta inofensiva, no hay nada mejor que cambiar el lenguaje y colocarle la palabra adecuada. Y es por eso que aparece en escena la palabra "pirata", que es como se llama a los que se descargan, entre otras cosas, música de Internet. El hecho de establecer una equivalencia moral entre la persona que se descarga una obra protegida por copyright y aquellos tipos con parches en el ojo que asaltaban y saqueaban los barcos tras asesinar a su tripulación, no es una casualidad sino que tiene el mismo objetivo que los eufemismos: cambiar la percepción que se tiene de la realidad.

Si mezclan los eufemismos con las exageraciones se dan cócteles realmente explosivos. Para la televisión bajarse un disco de Kiko Veneno es piratería pero si los intermediarios se quedan con el 97% de los beneficios que genera ese cantante, no se trata de piratería sino de una "*mala negociación del contrato*". Para Kamil Idris, director general de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, "*la copia ilegal de Cd's o piratería es como el terrorismo*" y "*puede ser una cuestión de vida o muerte*", pero llama a los países del "*Tercer Mundo*" países "*en desarrollo*" que es "*como llamar bajitos a los enanos*" como dice, y bien dice, Eduardo Galeano.

Los trileros del lenguaje marean las palabras para fundar un idioma a su medida y una vez que se acepta como algo normal la palabra "piratería" para designar a las descargas de la red ¿quién se atreve a defenderlas? Las connotaciones de la palabra son lo suficientemente negativas como para que la frase "yo estoy a favor de la piratería" suene a demencia senil.

Manuel García Pelayo, el que fuera presidente del Tribunal Constitucional, dijo que "*la palabra domina un determinado ámbito de la realidad, de donde se desprende que quien posee la palabra adquiere un dominio sobre ese ámbito*". Bien sabe esto el poder, que usa los medios de comunicación para cambiar la realidad rebautizándola.

Cartas al director

Le manifiesto mi sorpresa por un artículo que ha escrito sobre las redes P2P en la revista Computer Idea. El motivo de mi perplejidad se encuentra en una columna de ese artículo en el que reproduce una cita de diversas personas, y, entre ellas, una mía. Lo que me ha llamado la atención no es solo su contenido, que no es literal, sino que iba acompañada, como es habitual en las citas, de mi nombre y mi ocupación. Con mi nombre acertaron y no tengo queja en ese sentido, pero como profesión me colocan la de "*pirata*". Verán, no es que me moleste esa palabra, hoy en día es muy común, pero ¿no podrían haber puesto algo menos peyorativo y más descriptivo? Por lo menos podían haber puesto "*David Bravo Bueno, el tipo bajito de las gafas*". Incluso, ya puestos, y, teniendo en cuenta que de los demás personajes han citado su profesión, podrían haber acudido a la mía y haber firmado como "*David Bravo Bueno, abogado*". Además, y para colmo, su artículo se abre con una frase que se pregunta si "*somos burdos piratas o internautas honrados*" adjudicándome a mí por tanto la peor de las dos opciones posibles. Y otra cosa, ¿cómo se le ocurre introducir el artículo diciendo que en él tratarán de "*discernir entre el bien y el mal*"? Solo Dios, y tal vez George Bush, se han atrevido a dar a sus palabras un valor tan elevado.

Es cierto que escribí un artículo que se llamó "*Confesiones de un Pirata*" y que mi sección en la revista @rroba se llama precisamente así, pero también lo es que Thomas de Quincey tituló a su biografía como "*Confesiones de un inglés comedor de opio*" y, a pesar de ello, seguiría sin ser correcto extraer una cita del escritor y adjudicársela a "*Thomas de Quincey, el drogota inglés*". Las memorias de Walter Yetnikoff, presidente de la CBS Records durante 25 años, se llaman "*Confesiones de un magnate de la música en una era de excesos*", ¿de verdad si tuviera que citarlo le colocaría el apelativo al que invita ese título? Philip K. Dick es el autor del libro "*Confesiones de un artista de mierda*". Prefiero no pensar qué ocurrirá el día que reproduzca una frase de este señor.

Además, después de ese texto mío de irónico nombre y que pretendía, precisamente, ridiculizar la palabreja, he expresado mi opinión en artículos y charlas sobre lo poco agradable que me resulta ese calificativo. De hecho, como usted puede comprobar con una búsqueda superficial en Internet, para mí "*la primera mentira sobre la piratería*" es la de "*su propio nombre*". Es decir, no solo es falso que me autoproclamo pirata, como se dice literalmente en el artículo, sino que niego que lo sean también los más de 150.000.000 de personas que usamos las redes P2P. Vale que se use de mote. Queda gracioso y yo mismo puedo referirme a mí en ese sentido para echar unas risas con los colegas, pero si vamos a gastar bromas creo que aquí tienen que pringar todos. El día que usted use uno solo de los apodos que voy a recomendarle a continuación, no tendré inconveniente en que se refiera a mí como "pirata".

Cuando hable de Teddy Bautista sería gracioso que se refiriera a él como "*Teddy, el oso canoso*". No es que lo sea, por supuesto, de hecho no sé qué diablos es un oso canoso, pero quedaría simpático como metáfora. Como simpática ha quedado esa que ha usado usted para referirse a los que criticamos la supuesta denuncia a 4.000 usuarios de P2P y con la que nos ha llamado "*los perros*" (por cierto, eso de calificar al abogado que interpuso la denuncia como el "*Garzón justiciero*" de Internet también podría haber estado más conseguido).

Habla usted en su artículo de Cary Sherman y se refiere a él como "*presidente de la RIAA*". Muy mal. Queda sosísimo. Teniendo en cuenta que ese hombre dirige una asociación que, para conseguir suculentos acuerdos extrajudiciales, ha denunciado a miles de ciudadanos honrados, niñas de 12 años incluidas, sería más apropiado que se refiriera a él como "*el coco*". ¿Se imagina? Aparece una cita del tipo ese diciendo algo así como "*vamos a meteros a todos en la cárcel*", y está firmada por "*Cary Sherman, el coco*". Se me cae la baba solo de pensarlo. Hágalo y no solo será nuestro héroe de por vida sino que además le mandaremos postales a prisión.

También podemos ver en su reportaje un recuadro con una pequeña entrevista a José Neri sobre Derecho de Propiedad Intelectual. Resaltan ustedes como titular una frase del propio Neri que dice "*sólo los jueces pueden emprender acciones legales*". ¿Es posible que a mí me llamen "pirata" y a alguien que dice algo como eso le reserven el rimbombante apelativo de "*director general de la Sociedad Digital de Autores y Editores*"? Quedaría mucho más simpático que reprodujeran la entrevista y al final colocaran lo siguiente: "*José Neri, uno que no sabe ni papa*". No solo es mucho más gracioso sino que también da pistas al lector de que lo que se dice en la entrevista no debe tomarse en serio.

Sé que usted lo ha hecho con la mejor intención y seguro que es un tío simpático, pero creo que el uso del lenguaje no ha sido el más adecuado. Pienso que eso es debido a que hay periodistas que elevan a noticia las opiniones del poder y otros que simplemente han aprendido la profesión leyendo a los primeros. No me cabe duda de que usted pertenece a este segundo grupo de eco inconsciente. Aún así, creo que debo hacer esta corrección esperando que mis humildes consejos le sean útiles en el futuro.

La propiedad intelectual como censura

La propiedad intelectual, excusa favorita para mantener monopolios, es también muchas veces la mejor alternativa para aniquilar la libertad de expresión.

Muchas de las referencias culturales comunes forman parte de nuestras expresiones cotidianas, y el hecho de que tengan propietarios resulta a veces semejante a que alguien sea dueño de algunas letras del alfabeto. David Casacubertas, nos recuerda que la crítica a veces usa marcas o imágenes como mejor arma. La pija por antonomasia es la Barbie y los soldados que se pasan de la raya son "*rambos*". En estos casos la expresión y el copyright se cruzan y muchas veces se devoran.

Si en tu periódico del instituto quieres criticar al director y sacas un fotomontaje en el que aparezca su cara sobre el cuerpo de un famoso personaje de una serie de televisión, lo más probable es que no te demande, entre otras cosas porque los de la APA lo ejecutarían, pero si decidiera hacerlo, una demanda por vulneración del derecho al honor probablemente no iría a ningún lado porque la libertad de expresión es un derecho que se interpreta de forma expansiva y que se restringe en casos muy excepcionales. Tendría muchas más posibilidades si conoce a los productores de la serie y les pide el favorcito de interponer una demanda por vulneración de la propiedad intelectual. Al fin y al cabo has usado a su personaje sin consentimiento y ahí la discusión es menos clara. Puedes acogerte al derecho a la parodia, y puede que el juez falle en tu favor. Pero también puede que no. Ante esa tesitura que te obliga a contratar abogados y a soportar descargas de adrenalina, la mayoría decidirá retirar el periódico.

Es verdad que es demasiada casualidad que un director de instituto conozca a los productores de la serie. Pero lleva el ejemplo a otro nivel. A ese nivel en el que la persona que criticas es, precisamente, de esa esfera de poderosos en la que todos son amigos de todos y amigos de nadie. Donde el presidente del país le debe un favor al dueño del periódico que le debe un favor al presidente de la empresa que le incluyó aquella campaña publicitaria a toda página y a precio de oro.

Las demandas que buscan poner una mordaza con la excusa de la propiedad intelectual, ya sea para hacerle el favor a tu amigo o por tu propio interés, están a la orden del día. Es habitual criticar el comportamiento de las empresas usando para ello su logotipo con fines de ilustración, de parodia o, sencillamente, para que se sepa bien de quién se está hablando. Las multinacionales, conscientes de que alegar una difamación podría tener el efecto contraproducente de que se demuestre durante el juicio lo que los demandados alegan en sus críticas, prefieren hacerse valer de sus derechos de copyright para retirar los contenidos que les molestan.

Basándose en el copyright, Mattel, la empresa propietaria de Barbie, ha cerrado un Fanzine para chicas y Kmart hizo lo mismo con la página de Internet Kmart Sucks. Mientras, por un lado, las empresas globalizan estas referencias culturales y las insertan en todos los aspectos de nuestra vida, por el otro, van golpeando con las leyes de propiedad intelectual a todo aquel que haga uso de ese acervo que pretende ser común. La posibilidad de criticar ese universo referencial está vetada para la mayoría.

En España quizás el caso más conocido es el de marcianos.net. En esta página se colgó un vídeo que, parodiando la famosa canción "*aserejé*", criticaba la gestión hecha por el anterior gobierno durante la crisis del Prestige. La SGAE no tardó en enviarle una carta pidiéndole 390 euros mensuales por usar una obra que ellos gestionan. El webmaster de la página lanzó en respuesta un comunicado donde aseguraba que en el historial de las conexiones que se hicieron a su web podía comprobarse cómo el Ministerio de Ciencia y Tecnología había estado visitando con asiduidad la página en los tiempos en los que la SGAE mandó la carta. Probablemente por esta experiencia, en la página de entrada de marcianos.net puede leerse: "*Queda prohibida la entrada de cualquier miembro u organización de carácter gubernamental (SGAE, RIAA, BSA, etc...) por expreso deseo del autor*". Fuera o no real que el Ministerio pidió el favor para lograr una censura, lo que es evidente es que ese sería el efecto logrado por SGAE, independientemente de su intención. Como evidente es también que muchos de los que reciben una carta que te pide cantidades desmesuradas por ejercer tu libertad de expresión preferirán la mordaza a la bancarrota.



Marvel, está a punto de lanzar un cómic donde relata una hipotética juventud del personaje Magneto. Por la imagen, no es difícil averiguar en qué popular español se han inspirado.

La fotografía del rey es obra de Alberto Schommer y por lo tanto está sujeta a derechos de autor. Si la casa Real quisiera ayudar al profesor Xavier a terminar con el jefe de los mutantes malos, solo tendría que pedir el favor al famoso fotógrafo para que le haga la magia del copyright.

Algunos propietarios del alfabeto

Los abogados del periódico Wall Street Journal amenazaron con demandar por plagio del nombre al Small Street Journal, un periódico docente que se reparte gratuitamente en una pequeña población de Maine entre niños menores de 10 años.

AOL Time Warner demandó al fundador del Niggertainment Monthly porque, según ella, ese nombre sonaba demasiado al Entertainment Weekly.

El Alcalde de Dallas, Ron Kirk, usó como eslogan de su campaña una frase que decía: "*hace cuatro años, elegimos a Ron Kirk como capitán del Enterprise de Dallas*". Además, para amenizar la tontería, usó un extracto de la banda sonora de Star Trek. La Paramount, propietaria de la saga, obligó a la retirada inmediata del anuncio.

El día que Chris Van Allen, un chico de 12 años al que apodaban Pokey, pensó que podía poner sin problemas ese nombre a su página de Internet, la empresa "Prema Toy Company" le dejó claro que se equivocaba. Prema, que tiene registrada la palabra "*Pokey*" como marca, demandó al pequeño pirata de Chris por usar un apodo que ya tenía dueño.

A las 14:40 horas del día 11 de Septiembre de 2001, el dueño de un restaurante de Nueva Jersey, intentó registrar las palabras "*World Trade Center*". La explicación que dio para hacerse propietario de esas palabras es que, si alguna vez hacían una película sobre el atentado, le gustaría participar en los beneficios.

CURSO DE MARKETING

Descripción de dos campañas de marketing de la BSA (Business Software Alliance) tal y como aparecen publicadas en el informe de la "Comisión Interministerial para actuar contra las actividades vulneradoras de la propiedad intelectual e industrial".

- Campaña SAR

  Objetivos:
  - Concienciar a los directores de empresas de la necesidad de tener software legal.
  - Provocar denuncias de los empleados.
  - Dar notoriedad y crear conocimiento sobre BSA.

  Destinatarios:
  - Directores de empresas de cualquier dimensión.
  - Empleados descontentos o en desacuerdo con la filosofía de la empresa en la que trabaja.

  Estrategia:
  - Generar denuncias de los empleados.
  - Mostrar a la empresa que esas denuncias se están produciendo.

  Ámbito campaña:
  - Barcelona, Madrid, Valencia, Alicante, Castellón, Murcia, Feria del SIMO.
  - Creatividad muy llamativa: octavillas.
  - Acuerdos con emplazamientos interesantes.
  - Internet.
  - Cobertura en medios.

> ➢ Arquitectos
> Objetivos:
> - Concienciar a un sector con índices de piratería superior al 85%.
> - Crear conciencia.
> - Aumentar las ventas de licencias entre este colectivo.
>
> Estrategia de comunicación:
> - Captación de forma agresiva, con tono irónico.
>
> Argumentos:
> - Penas de cárcel.
> - Multas.

Cómo informar a un chico Blue Joven

El artículo reproducido no busca el miedo por el miedo sino que probablemente tiene un objetivo publicitario calculado donde la mentira no es un desliz sino un instrumento. En los días de esta publicación, la promoción que tenía Blue Joven (sección juvenil de los clientes del BBVA) era, precisamente, la de conseguir "una suscripción de seis meses a Terra Música Premium". Las relaciones comerciales con este portal, no quedan ahí sino que en la propia página de Terra Música existe una sección titulada "Las Ventajas de ser Blue Joven". Además "cada mes, Blue Joven y Terra Música te traen premios exclusivos de tus artistas y bandas favoritas". A renglón seguido, Terra cumple su parte promocional del trato y te da un consejo de amigo: "Hazte socio de Blue Joven, accede a todas sus ventajas y permanece atento".

> Y es que 2004 ha sido un año clave. En EE UU y Europa se han vendido más de 200 millones de canciones, 10 veces más que un año antes. Se calcula que en 2008 este mercado generará un 25% de los ingresos de las discográficas. Actualmente, sólo son el 1,5%.
> La pregunta es ¿por qué triunfan estas páginas si puedes bajar canciones gratis? Muy sencillo. Siempre es más fácil comprar música que *robarla*. Y es que por la rapidez, la seguridad del PC, la garantía de calidad y la tranquilidad de no estar cometiendo una ilegalidad merece la pena pagar un euro.

Extracto de la revista Blue Joven (nº 31 de 2005)

FRASES CÉLEBRES

"El 2004 marcará el principio del fin de la crisis en la industria musical en España y en el mundo, gracias a la aparición de los nuevos soportes musicales, la presión policial y judicial y la concienciación ciudadana"

Francisco Galindo, secretario general de la Fundación Autor de la SGAE

* * *

"La piratería e Internet se están cargando la música. Hasta que la gente no sea consciente, va a hacer muchísimo daño a los cantantes. Yo tengo un lema que siempre digo: No a la piratería, sí a la música. Eso lo pongo siempre en mis discos, en mis agradecimientos. Ojalá la gente fuera consciente del daño que hacen".

Natalia, cantante de Operación Triunfo.

* * *

"Yo he vendido un disco a nueve euros y la gente lo sigue comprando en las mantas. El pueblo se está cargando la música que tanto ama, porque compra piratas. Hay que concienciarse. Los coches y la gasolina son caros y nadie va por ahí tirando pedradas a un concesionario o a una gasolinera".
María Jiménez

* * *

"La aplicación de las leyes de copyright al nuevo entorno tecnológico ha sido un desafío para todos pero la complejidad de la ley no puede enmascarar lo que está bien y lo que está mal. Coger algo que no te pertenece está mal".
Amy Weiss, portavoz de la RIAA

* * *

Teddy Bautista: (…) Pasó lo mismo con el canon sobre las cintas vírgenes. A los tres meses todo el mundo se había olvidado del asunto.

Periodista: Pero no existía Internet...

Teddy Bautista: Ésa es la única diferencia. Antes no había asociaciones de internautas, ni comunidades electrónicas, y ahora cualquier pendejo electrónico está construyendo la nueva democracia digital (…).
Entrevista a Teddy Bautista en el CIBERPAÍS

Algunas fuentes consultadas

ABC. "España es el país de Europa occidental con mayor índice de piratería musical". 23/07/04.

Teo Cardalda. CESIÓN DE DERECHOS: LA REALIDAD DEL MERCADO ESPAÑOL. VII Seminario Internacional SGAE. 2/12/04.

ACAM. Oleada de sanciones a los usuarios del P2P en Europa y Asia. 14/04/05.

Entrevista de Ana Pantaleón a Eduardo Bautista para el Ciberpaís. "Eduardo Bautista: El canon no es un canon". 13/11/03.

"Cómo nos venden la moto". Noam Chomsky e Ignacio Ramonet.

"Los guardianes de la libertad". Noam Chomsky y Edward S. Herman

"El beneficio es lo que cuenta". Noam Chomsky.

El País. "El Gobierno creará un cuerpo especial de policía para combatir la piratería". Jesús Ruiz Mantilla.

Expansión. "Medidas para atajar la "piratería cultural". 26/04/05.

Le Monde. «Quand le ministère de l'éducation et ses partenaires donnent la lechón». 7/04/05.

« No Logo ». Naomi Klein.

Documental « The Corporation » dirigido por Mark Achbar y Jennifer Abbott

Memoria 2003 de la FAP

Revista Computer Idea nº47.

Terra. 'La respuesta a la piratería músical no es la cárcel' Explosivas declaraciones de Michael Jackson. 22/07/03.

Terra. "Los fans de Napster coparon Washington". 3/04/01.
Terra. 'Eres un gilipollas si no pirateas'. Explosivas declaraciones de Manu Chao. 22/11/02.

Levante, el Mercantil Valenciano. "El mantenedor de la descarga en internet".

Mundo Obrero. "¡¡Y sigue la piratería!!". Número de Mayo de 2005.

El Mundo. "La piratería acaba con Madrid Rock". 17/02/05.

El Mundo. "CCOO denuncia que el cierre de la tienda de discos 'Madrid Rock' se debe a la especulación inmobiliaria". 24/02/05.

El País. "La piratería mata un mito musical". 17/02/05.

El País. "El grito agónico de Madrid Rock". 1/03/05.

Reuters. "Las nuevas tecnologías son la solución contra la piratería, según la MPAA". 14/10/04.

El País. "El imperio de los piratas". 04/07/04.

Foreing Policy. "Mafias y Piratería Cultura". Noviembre de 2004.

Revista Blue Joven nº31. Año 2005.

LA LEY Y LAS REDES P2P

LAS REDES P2P
Y LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Función social de la propiedad

"En definitiva, por virtud de la función social, la utilización del bien, su explotación económica, no constituye el objetivo final de la propiedad privada. El rendimiento económico que pueda derivarse del bien ha de contribuir -con una cuota de participación que determinará el legislador- al beneficio social, verdadero fin de la institución".

Javier Barnés, Catedrático de Derecho Administrativo.

El derecho a la propiedad privada, entendido como el derecho a que ésta sea explotada por su dueño, es elevado en estos tiempos a batuta que marca el son que bailamos. La propiedad, es el valor supremo, dicen los propietarios. Mientras tanto, los medios de comunicación llaman "*postura oficial*" a esa opinión particular del poder.

Una de las principales razones que los fanáticos de la propiedad intelectual esgrimen para demonizar el uso no autorizado de las obras intelectuales es simple: ésta es mi propiedad y por lo tanto yo decido sobre ella. Los demás derechos, que debieron introducirse en la Constitución para que no se hiciera tan corta, existen mientras no se topen con la propiedad. Pedro Farré lo define aún más claramente cuando dice que es un "*principio universal*" el que dice que "*quien produce algo está legitimado (moral y jurídicamente) para apropiarse de lo producido, y decidir si otros pueden utilizar el bien creado y a cambio de qué*". Es decir, los derechos de la sociedad existen mientras no toquen la propiedad, que actúa como delimitador. Este "principio universal", que reinará universalmente en la casa de Farré, es respetable, pero es también justo el contrario al que establece nuestra Constitución, que, en el artículo 33.2, te recuerda lo que la prensa te pide que olvides: es la función social la que, junto con el provecho particular del propietario, constituye el contenido esencial del derecho de propiedad.

La teoría liberal que Farré ha definido tan bien es la que quiere hacerse ley por medio de la repetición mediática, a pesar de que es exactamente esa la tradición que se rompió en 1978 con la llegada de la Constitución. Como se explica en el libro "*La propiedad Constitucional*":

"*el propietario ya no es –como confundía la doctrina liberal- el titular de un derecho sobre el bien, sino, más precisamente, el titular de algunos poderes, que tienen como objeto el bien. Porque, en efecto, no cabe ya identificar el derecho de propiedad con la sujeción o sumisión de una porción del mundo físico a la indiscriminada voluntad de su titular.*

En otros términos, el propietario no es el exclusivo titular del bien, aunque resulte evidente que goza de ciertos poderes sobre el mismo. Es, por otro lado, la satisfacción de la finalidad social del derecho la que legitima el otorgamiento, conservación y tutela de la propiedad. Al no ser el exclusivo titular, porque tan sólo goza de algunos poderes que tienen por objeto el bien y al ser delimitados éstos –por la misma sociedad: el legislador- para alcanzar un fin social, conectamos de nuevo con que es la colectividad la que ostenta, por así denominarlo, un derecho primario sobre los bienes".

Esta función social, que penetra en el derecho de propiedad, no es un deseo, ni un fin ideal, sino que es "*texto constitucional*" y por lo tanto norma jurídica. La más alta de todas ellas. No es tampoco un mero límite externo, porque la Constitución lo define como delimitador de la propiedad privada, esto es, le da su medida y conforma su contenido. No es que el Derecho de Propiedad esté condicionado por la función social. Es que está constituida por ella. La propiedad es función social.

No es una doctrina aislada, la Dirección General de los Registros y del Notariado, en su Resolución de 5 de abril de 2002 manifestó:

«No cabe interpretar los preceptos del Código Civil relativos a la propiedad y a la accesión según el viejo aforismo romano "usque ad sidera usque ad infero". Esta concepción liberal del dominio se ha visto extensamente modulada por la legislación especial y no se corresponde a la actual configuración del derecho de propiedad en nuestra Constitución.

El dominio no se configura como un derecho ilimitado y unitario, en el que sólo por vía de ley caben restricciones a su contenido sino que por el contrario la función social de la propiedad delimita intrínsecamente su extensión. El aforismo "usque ad sidera usque ad infero" referido a los derechos del propietario, cede frente al superior principio de la función social de la propiedad, de manera que además de las leyes especiales limitativas deben tenerse en cuenta aquellas otras cuyo objeto es la delimitación de las facultades del propietario, como ocurre en materia urbanística.»

El Tribunal Constitucional insiste:

"La Constitución reconoce un derecho a la propiedad que se configura y protege ciertamente como un haz de facultades individuales sobre las cosas, pero también y al mismo tiempo como un conjunto de deberes y obligaciones establecidos, de acuerdo con las Leyes, en atención a valores e intereses de la comunidad, es decir, a la finalidad o utilidad social que cada categoría de bienes objeto de dominio está llamada a cumplir. Por todo ello la fijación del contenido esencial de la propiedad privada (aquel sin cuyo respeto se desvirtúa y vacía de contenido el derecho) no puede hacerse desde la exclusiva consideración subjetiva del derecho o de los intereses individuales que a este subyacen, sino que debe incluir igualmente la necesaria referencia a la función social, entendida no como mero límite externo a su definición o a su ejercicio, sino como parte integrante del derecho mismo. Utilidad individual y función social definen, por tanto, inescindiblemente, el contenido del derecho de propiedad."

Si, como dice el Tribunal Constitucional, la función social es "*parte integrante*" del Derecho de Propiedad, éste no puede colisionar con ella, porque está formado por ella. Porque es ella. Pero que teóricamente no pueda haber tensiones entre función social y propiedad, no quiere decir que no pueda haberla entre aquella y los propietarios. Los segundos, empeñados en convertir el texto constitucional en una declaración de intenciones excepto en lo que a ellos beneficia, han decidido divulgar por los medios de comunicación una definición de propiedad que es más sencilla y asequible que la que he expuesto y que se resume en "*mío, mío y mío*".

Copia privada

"El fondo del problema está en que aún no ha calado en la sociedad, y menos todavía en los tribunales y en la Administración, un concepto claro: fotocopiar sin permiso una sola página de un solo libro, origina un perjuicio y es ilícito".

Cedro, Libro Blanco (1988 – 1998) página 45

"Constituye un éxito indiscutible haber logrado que la casi totalidad de la sociedad española sepa que fotocopiar libros no es lícito".

Cedro, Libro Blanco (1988 – 1998) página 50

El derecho a la copia privada es tan desconocido como practicado. Es ese derecho que ejerces cuando te grabas una película de la televisión, el casete de un amigo o la música que pone la radio. Sabiendo el legislador que su función no es la de frenar el agua que atraviesa una canasta de baloncesto, decidió no hacer ilegal lo que en la práctica resultaba imposible de frenar. Y no solo eso, consideró también que ese derecho era importante porque protegía el acceso a la cultura de los ciudadanos[5].

La negación del derecho de copia privada es el último grito entre los fanáticos de la propiedad intelectual. Pedro Farré, por ejemplo, asegura que la copia privada no es un derecho, sino una excepción o límite de los derechos de autor. La diferencia que quiere hacer no es una mera cuestión lingüística sino que pretende tener efectos jurídicos: si la copia privada es una excepción y no un derecho, su interpretación habrá de ser restrictiva. A esto ya contestó bien Germán Bercovitz cuando dijo que "*el propio derecho de autor es también una excepción a la libertad de expresión y a la libertad de información*".

Que el derecho de copia privada no existe como tal es lo que dicen los que de la lectura de la ley interpretan algo que les resulta muy ventajoso: que ellos tienen todos los derechos y los demás ninguno. El acceso a la cultura, el derecho a la información, el derecho a la libertad de expresión y los derechos de autor son todos constitucionales y se limitan y excepcionan entre sí. El derecho de copia privada, de cita y de parodia son marcas que recuerdan que hay más bienes jurídicos que proteger que la propiedad intelectual.

El derecho a la copia privada es la puesta en práctica de un derecho constitucional, el derecho al acceso a la cultura, del mismo modo que el derecho a la parodia está justificado por la libertad de expresión y el derecho de cita por la libertad de información. Más que meras excepciones también podrían considerarse como lo poco que queda de esos derechos después de haber sido excepcionados por la propiedad intelectual.

Además, el propio carácter de la propiedad intelectual justifica que su función social tenga especial trascendencia. Como dice el libro Comentarios a la Ley de la Propiedad Intelectual "*en ésta, más que en cualquier otra forma de propiedad, se pone de manifiesto la llamada función social. La mayor parte de las limitaciones establecidas en los artículos comentados tiene su origen en la necesidad de establecer un equilibrio entre los intereses de los autores y las necesidades sociales*".

(5) En este sentido Raquel de Roman escribe que al menos son dos las razones que justifican la copia privada: "de ellas, la que más peso tiene en la actualidad es la que se funda en el principio en cuya virtud el legislador no puede prohibir las actuaciones que resultan imposibles de controlar, sin olvidar por eso la importancia que tiene la copia privada para facilitar al ciudadano el acceso a la cultura".

La propiedad intelectual está integrada no solo por el provecho de su titular sino que está llamada a cumplir una función social. El derecho a la copia privada, a la cita o a la parodia, no son más que reflejos del cumplimiento de ese mandato constitucional.

Para saber si las copias hechas a través de las redes P2P pueden estar amparadas en la copia privada, hay que analizar primero los requisitos que impone la Ley de la Propiedad Intelectual a este tipo de copias. Éstos son:

-Que la obra esté divulgada.
Una obra se ha divulgado cuando se ha hecho accesible por primera vez al público en cualquier forma. La divulgación se produce cuando la película se estrena en el cine o el disco se pone a disposición del público en las tiendas. Las obras que recorren la red ya han sido divulgadas a excepción de aquellas que alguien ha conseguido difundir por Internet antes de su estreno.

-Que la copia lo sea para uso privado del copista.
El concepto "privado" incluye al círculo familiar y cuasifamiliar. Sería legal ver con tu familia la película que has copiado por ser un ámbito familiar. Leerle a tu novia el libro de poemas que has fotocopiado puede ser un motivo justo para que ella te abandone pero quedaría incluido en el ámbito cuasifamiliar y, por tanto, también sería una actividad legal.

Este requisito también ha sido aprovechado para los que quieren fundar un nuevo castellano. Algunos han alegado que esta exigencia circunscribe las copias a aquellas que haces de tus amigos o familiares. Eso parece decir Pedro Farré cuando asegura que "*lo que se quiere son DRM que faciliten una, dos, tres copias... en el ámbito doméstico. Queremos copia privada, remuneración compensatoria y sistemas DRM eficaces*". Sin embargo, que la copia tenga que ser "*para uso privado*" no es lo mismo que exigir que la copia surja en ese ámbito, sino que ese sea su destino. Las preposiciones son importantes como bien sabe Coco: que la ley diga que la copia sea para el ámbito doméstico no es lo mismo a que diga que sea en el ámbito doméstico.

-Que la obra no sea objeto de utilización colectiva.
El destino de la copia que has hecho no debe ser el de usarla colectivamente. Es importante señalar que el hecho de que las más populares plataformas P2P descargan la obra en una carpeta compartida de tu disco duro no ha de entenderse como incumplimiento de este requisito. Por un lado, porque tú puedes dejar la obra ahí o quitarla inmediatamente. Y, por el otro, porque, en el caso de que la obra permaneciera en esa carpeta puede llevarnos en todo caso al debate de si ese es un acto de comunicación pública, problema distinto al de la reproducción y que tiene que analizarse de forma separada. Lo que parece evidente, dejando para más adelante la polémica de la comunicación pública, es que el hecho de que la obra haya sido descargada en una carpeta compartida no supone que tú estés dándole todavía ningún tipo de uso, ni colectivo ni privado. Es cuando ejecutas la obra, y dependiendo del ámbito en el que la ejecutas, cuando podemos hablar de si ese uso excede o no de tu esfera privada.

El que se descarga una película de Internet para verla con su familia está haciendo una

reproducción para uso privado y esa finalidad, ese destino, no cambia porque las redes P2P tengan una determinada configuración invariable para el usuario. Para que pueda entenderse que alguien está haciendo un uso colectivo de una obra es necesario que existan actos positivos tendentes a ese uso. Sería el caso de proyectar la película en un cine ante una pluralidad de personas o poner un compacto en una discoteca.

Además de lo dicho, las redes P2P establecen conexiones exclusivas entre dos personas y no colectivas, así que difícilmente puede hablarse de que se está haciendo un uso colectivo mediante un sistema cuyas conexiones son exclusivamente bipersonales.

-Que no sea objeto de utilización lucrativa.
Simplemente no puedes ganar dinero con la obra copiada.

La copia privada continúa en nuestra legislación, y, según la definición que de ella da la ley, no hay demasiados problemas en afirmar que las copias realizadas a través de Internet quedarían amparadas por este derecho. Es por eso por lo que la copia privada es el mayor enemigo de los amigos del copyright. Algunos le han retirado el saludo y nunca la nombran en sus análisis legales, otros le han negado su condición de derecho y los hay que le han cambiado su definición y su objeto.

Los que no la nombran se limitan a decir que la copia de obras intelectuales sin autorización del autor es la comisión de una ilegalidad. Ocurre habitualmente cuando, al comprar un compacto, reparas en que una leyenda insertada en su contraportada te recuerda que "*queda prohibida su duplicación*". Por suerte, las leyes todavía no las hacen las discográficas, o al menos, todavía se les exige que se molesten en presionar a los legisladores para conseguirlo.

Las discográficas saben que es difícil que el que ha comprado el disco compruebe cuáles son los matices de esa prohibición. Si alguien lo hiciera, vería que es verdad que un CD no puede duplicarse sin autorización del autor, pero que también lo es que puedes hacerlo si es para tu uso privado y si no tienes el fin de lucrarte con esa copia o de usarla colectivamente. Este matiz importante no consta ni constará nunca en la contraportada de ningún disco.

Como decíamos con las citas que abren este título, en el Libro Blanco de Cedro, esta entidad de gestión considera que "*constituye un éxito indiscutible haber logrado que la casi totalidad de la sociedad española sepa que fotocopiar libros no es lícito*".

CEDRO no miente, efectivamente fotocopiar libros no es lícito… excepto cuando sí que lo es, cosa que ocurre cuando esa reproducción constituye una copia privada. Mientras se inculca con éxito ese mensaje de ilicitud de las fotocopias sin explicar los matices de esa afirmación, los libros de estudio para las oposiciones de jueces y fiscales dicen que "*cualquiera puede reproducir lícitamente para uso privado un libro a través de una fotocopiadora [...] naturalmente que el Texto Refundido se refiere a copias hechas para usos privados pero no a las reproducciones hechas para ser enajenadas a terceros que constituyen un delito previsto en el artículo 270 del Código Penal*".

Pero los grandes triunfadores son los que, sencillamente, se han inventado la definición de copia privada. Con la llegada de los avances tecnológicos que multiplican las posibilidades de ejercer estos derechos de copia, muchos abogados de grandes compañías han tomado la decisión de convertirse en trileros del lenguaje y de lanzar a los cuatro vientos definiciones legales que en la ley no constan. Habrán oído miles de veces esa teoría de que la copia privada es la que haces de "tu original", para, por ejemplo, oírla en "*tu coche*". Lo cierto, es que ese requisito de que seas el propietario del original del que parte tu copia privada no aparece en la ley ni en ninguna ley del planeta tierra que contemple ese derecho.

En la página de Hetwell Packard puede accederse a un documento que explica que "*para que la copia privada pueda ser considerada como tal y en virtud de lo dispuesto en el artículo 31.2 TRLPI, es necesario que concurran los siguientes requisitos:*

· *Que sea para uso privado del copista.*
· *Que la copia no sea objeto de utilización colectiva.*
· *Que la copia no sea objeto de utilización lucrativa.*
· *Que el copista sea un usuario legítimo de la obra*".

A continuación copio el mencionado artículo 31.2 y en 20 segundos el lector habrá de descubrir cuál es el requisito que se ha inventado esta gran empresa. Según este precepto, pueden reproducirse las obras sin autorización del autor cuando sean "*para uso privado del copista*" y "*siempre que la copia no sea objeto de utilización colectiva ni lucrativa*".

Estos malabarismos del lenguaje que hacen algunos, pretenden justificarse en que los límites a los derechos de autor no pueden interpretarse de modo que causen perjuicios injustificados al autor o de modo que perjudiquen la normal explotación de la obra. Pero eso no es carta blanca para que las empresas y entidades de gestión se inventen requisitos que romperían la razón de ser de la inclusión del derecho de copia privada. Estas teorías, que no se basan en interpretar restrictivamente las palabras incluidas por el legislador sino en sacárselas de la manga con un sofisticado truco de magia, constituirían, de ser ciertas, todo un desequilibrio en la lógica interna de la Ley de Propiedad Intelectual.

A pesar de que los conceptos de "*copia privada*" y "*copia de seguridad*" se intentan presentar como sinónimos, lo cierto es que son radicalmente distintos en su significado, fundamento y alcance. Son varias las razones que justifican que la copia privada no es la que hace el "**usuario legítimo**" de la obra, sino cualquier copia que, parta de donde parta, esté destinada a tu uso privado. Estas razones son:

-Por la propia literalidad del texto de nuestra ley y de todas las leyes que contemplan la copia privada donde en ningún momento se incluye la exigencia de que seas el usuario legítimo de la obra.

-Porque si realmente esa era la voluntad del legislador, las distintas reformas de la Ley de Propiedad Intelectual habrían sido un momento idóneo para incluirla expresamente zanjando el debate. Sin embargo, incluso en la reforma que actualmente se prepara, y estando en el momento más candente de discusión, el concepto de copia privada se deja intacto en ese sentido.

-Porque la Ley de Propiedad Intelectual prohíbe la copia privada de los programas de ordenador, permitiendo únicamente la copia de seguridad de su “usuario legítimo”. Debe entenderse por tanto que la copia privada y la copia de seguridad son conceptos diferentes. Tan diferentes que a los programas de ordenador se les prohíbe la primera mientras que se les permite la segunda. Si a la privada también se le exigiera que el copista fuera el “usuario legítimo” no tendría sentido la diferencia de régimen que existe con la de seguridad y que la ley se esfuerza en remarcar.

-Porque una de las razones por las que se introdujo el derecho a la copia privada es la de proteger el acceso a la cultura. Esa función lógicamente no se cumpliría si se entendiera que ese derecho consiste únicamente en la posibilidad de duplicar una obra que ya tienes. No aumenta tu acceso a la cultura por tener dos discos iguales.

-Porque paralelamente al derecho de copia privada se incluye un canon remuneratorio incluido, entre otros, en CDs, DVDs y grabadoras, para compensar al autor de los perjuicios que esta reproducción supuestamente le origina. Si interpretáramos la copia privada como la “copia de seguridad” de tu original, el canon sería inconcebible porque no remuneraría ninguna pérdida presunta ya que nadie en su sano juicio compraría dos originales por si el primero se le estropea o para escucharlo en el coche. De hecho, la copia de programas de ordenador, al solo ser legal la que es de seguridad, no devenga canon.

-Algo realmente desesperante de los fanáticos de la propiedad intelectual es que defienden el canon al mismo tiempo que criminalizan las copias que lo generan. El canon está gravando el ejercicio de un derecho, el de copia privada, y no compensando la comisión de una ilegalidad. Pero ellos lo quieren todo. Cobrar e insultar a los que les pagan. Quieren considerar piratería las copias de Internet y, al mismo tiempo, considerarlas copias privadas para imponer un canon a los discos duros o a las líneas ADSL.

En la entradilla que puso ACAM a una declaración de Mercedes Ferrer sobre el canon al ADSL se decía que ésta reclamaba “*una compensación para los autores por la piratería digital a través del P2P*”. Si no consideran copia privada las descargas de P2P no pueden reclamar el pago del canon porque éste solo remunera copias privadas. Si lo consideran "copia privada" para exigir así el canon, deben dejar de llamarlo piratería. Pero ni una ni otra sino que ACAM se queda con lo mejor de los dos mundos. Sorprendentemente, en la misma entrevista, la compositora y vocal de la Junta Directiva de ACAM decía que le producía “*mucha tristeza e intranquilidad comprobar cómo la gente **confunde y mezcla, interesadamente, piratería y canon***” (en negrita en el original de ACAM).

-Porque así lo dice la doctrina.
Sin ir más lejos, los diccionarios de propiedad intelectual definen los conceptos de copia privada y de copia de seguridad por separado y otorgándoles los diferentes significados que les son propios.

El diccionario de la editorial Reus define la copia de seguridad como la “*copia de la obra que se realiza como protección contra la pérdida del original*”, mientras que la copia privada es “*la reproducción realizada exclusivamente para uso privado, conforme a la autorización prevista en la Ley siempre que la copia no sea objeto de utilización colectiva ni lucrativa*”.

El libro Internet y Derecho Penal dice que "*es indudable que el usuario de Internet puede realizar copias de todas aquellas obras artísticas que la red le ofrezca, además, por supuesto, de disfrutar de su audición o de su lectura. Nada de particular sucede que no suceda también con otros casos de copias, fotocopias o grabaciones para uso particular, sin ánimo de lucro y sin propósito de ulterior difusión (art. 31.2 LPI)*".

En Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual se dice que "*la copia para uso privado no presupone en el copista la propiedad del ejemplar copiado*" y en el Manual de Propiedad Intelectual coordinado por Rodrigo Bercovitz se recuerda que en virtud de la copia privada "*son lícitas las grabaciones en vídeo de programas de televisión, o de música que se emite por la radio, o de una cinta de música que nos prestó un amigo, o la fotocopia de un libro que realice un particular*".

-Porque así lo dicen los jueces.
En Francia, donde tienen derecho a la copia privada, 17 grandes multinacionales cinematográficas demandaron a un estudiante de informática por descargarse películas de Internet. La sentencia, dictada en Marzo de 2005 y que confirmaba una anterior, absolvió al internauta porque "*una vez que una obra ha sido difundida, el autor no puede prohibir las copias o reproducciones estrictamente reservadas al uso privado del copista y no destinadas a un uso colectivo*".

A pesar de que la literalidad de la ley, la doctrina y la jurisprudencia coinciden, la pereza de unos medios de comunicación que sacrifican el rigor a favor de la rapidez a la hora de producir noticias, elevan a norma las interpretaciones de las multinacionales. Los medios, no dicen que las empresas dicen que la copia privada es la que haces de tu original, sino que para ellos esa definición es tan real como la que podría dar el BOE, y es así como la presentan.

Para la Cadena Ser la copia privada es "**el derecho que tiene el propietario de un CD de realizar una copia de seguridad**".

Para EL PAÍS la Ley de Propiedad Intelectual permite "**salvo para los programas informáticos, la copia privada de una obra por parte de su legítimo propietario**". El hecho de que lo que dice la ley es justo lo contrario de lo que publica este diario, no importa para los que saben que las mentiras repetidas muchas veces se convierten en verdad.

La desinformación llega a tales extremos que en una noticia publicada el 1 de Octubre de 2004 en la web de Canal Sur, se decía que yo opinaba que en virtud de la copia privada "*cualquier persona puede almacenar o compartir una copia de un disco y hay que presuponer que dispone de la misma por haber adquirido legítimamente el original*". Obviamente yo, que no conozco ni de vista a la persona que redactó la noticia, jamás he dicho tal cosa ni nada ligeramente semejante. Según parece, todo fue debido a una interpretación que hizo esta periodista de un artículo que yo acababa de publicar y que trataba, precisamente, de la falta de necesidad de poseer el original de las obras que copias para uso privado. Pero nada de eso importaba, había que sacar la noticia cuanto antes porque ese día entraba en vigor el nuevo Código Penal y es lo de menos el hecho de atribuirme interpretaciones de la ley que nunca hice (si alguien las encuentra, mis editores le pagarán un millón de euros[6]).

(6) Nota del Editor: Broma de David Bravo.

El doble discurso que por un lado cobra el canon pero por otro persigue o disfraza las copias que lo remuneran, ha hecho caer a muchos en el error de creer que se paga una especie de multa por adelantado. El derecho a la presunción de inocencia es lo que reclaman los que han terminado por convencerse de que las copias para uso privado no son inocentes. El propio defensor del pueblo, que tiene una postura muy diferente a la del pueblo al que defiende, aseguró el 22 de Diciembre de 2003 que había que compensar con el canon por ciertos usos "*fraudulentos o ilegales*". Algo semejante dice el Diario de Sevilla en un artículo de opinión publicado el 20 de Mayo de 2005, cuando asegura que el canon "*da por supuesto que detrás de cada ordenador hay un pirata*".

La injusticia del canon no está en que presuponga pirata a todo aquel que haga una copia sino en que presuponga que toda copia es copia privada. Es decir, el canon existe para compensar por las copias privadas y no por usos fraudulentos o ilegales, a pesar de que sea esta última la idea que se lanza desde todos los medios de comunicación. Pagan justos por pecadores, dicen los que han asumido la escala de valores de las corporaciones y que han aceptado como pecado el acceso a la cultura amparado en la Constitución.

Distribución

Lo curioso de los que dicen que descargar obras de una red P2P es ilegal es que defienden sus tesis jurídicas desde varios flancos distintos y, a veces, contradictorios. Es ilegal, dicen, porque eso que hacéis no es copia privada, o porque tenéis ánimo de lucro entendido de forma amplia, o porque distribuís, o porque comunicáis públicamente, o porque los intercambios en P2P no son privados, o porque no satisfacéis la regla de los tres pasos. Alguna de ellas caerá.

No tienen una postura determinada, sino que las tienen todas. Son 50 parches que se alternan para tapar el mismo agujero. Cuando ya has quitado el último de ellos con todo tu esfuerzo, te ponen el primero otra vez.

Sin aceptar nunca que la copia privada no es la "*copia de tu original*" pero previendo que ese barco se hundirá, los fanáticos del copyright se adhirieron en masa a la teoría de la distribución.

Como dijimos, las redes P2P están configuradas de tal modo que la "*bajada*" de una canción o de una película conlleva necesaria y automáticamente una "*subida*". Esta subida se produce desde el mismo momento en que te has descargado el primer byte, ni siquiera es necesario tener la obra completa.

Los juristas malabaristas llamaron a esa subida automática "*acto de distribución ilegal*" para, en la práctica, frenar la copia privada en este medio. La distribución no autorizada no es delito si no existe ánimo de lucro, pero es ilegal conforme a la Ley de Propiedad Intelectual independientemente de que tengas o no ese ánimo. Así, aprovechando un acto automático de un programa informático, se consigue acabar con la descarga, que es, realmente, la verdadera bestia negra de los fanáticos del copyright.

Pedro Farré, en un artículo sobre redes P2P, dijo que "*como es sabido, la puesta a disposición sin autorización de estas obras encuentra encaje en la conducta de "distribución", (...) definida*

en el art. 19 de la Ley de Propiedad Intelectual como "la puesta a disposición del público del original o copias de la obra mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma".

Sin embargo, es de manual (literalmente) que el acto de distribución no puede darse nunca en Internet porque se refiere, exclusivamente, a ejemplares físicos de las obras. El libro "*Manual de Propiedad Intelectual*" coordinado por Rodrigo Bercovitz nos recuerda que "*la distribución implica necesariamente la incorporación de la obra a un soporte físico que permita su comercialización pública a través de los medios señalados en el art. 19. El carácter físico del soporte exige la posibilidad de aprehensión del mismo por parte del público (...). Todos aquellos modos de explotación que no permitan la incorporación física de la obra no pueden ser considerados como de distribución (...). El aspecto fundamental del derecho de distribución es que la obra se incorpore a un soporte tangible, general y similar para el conjunto de integrantes del público*[7]".

Comunicación pública

De la copia privada a la distribución y de ésta a la comunicación pública. Así, tapón tras tapón, y de salto en salto, van defendiendo sus posturas. Mientras sostienen la ilegalidad actual del intercambio, presionan para que se les haga una ley a medida, demostrando la falta de confianza que tienen en sus propias teorías.

En el artículo de Pedro Farré "*Nada es gratis (y la música en Internet, tampoco*[8]*)*", este jurista dijo que "*como es sabido, la puesta a disposición sin autorización de estas obras encaja en la conducta de "comunicación pública", que el artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual define como "todo acto por el cual una pluralidad de personas puede tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas*".

Recordemos que antes "lo sabido" era que "*la puesta a disposición sin autorización de estas obras encuentra encaje en la conducta de "distribución", (...) definida en el artículo 19 de la Ley de Propiedad Intelectual*".

Si lo de "acto de distribución" no salió bien, con cambiar el numerito del artículo invocado ya saltamos de una ilegalidad a otra en un santiamén. Lo importante es que sea ilegal, ya luego vamos tanteando precepto por precepto para descubrir el porqué.

Probablemente fue un error de Farré. Una simple equivocación entre conceptos tan cercanos como distribución y comunicación pública y que todos hemos sufrido alguna vez en nuestros primeros acercamientos a la Propiedad Intelectual. Se le podría pasar la mano si no fuera porque a quien criminaliza a millones de personas se le exige rigor y estudio. Antes de dar entrevistas casi diarias y aparecer en todos los medios de comunicación para defender que media España es ilegal, hay que encerrarse en una biblioteca y no salir de allí hasta ser poco

(7) En este aspecto la doctrina especializada es unánime. Así, Ignacio Garrote dice que "el derecho de distribución del artículo 19 (…) no resulta de aplicación en el caso de las transmisiones vía Internet, puesto que se aplica cuando estamos ante obras incorporadas a ejemplares materiales, pero no en supuestos de comunicación inmaterial de obras y prestaciones protegidas". Efectivamente, tal y como dice Raquel de Román la redacción del artículo 19 "nos lleva a comprender que tal facultad va ligada a la reproducción y que, una vez efectuada esta última, se aplica sobre los ejemplares obtenidos en soporte tangible". Concluye De Roman diciendo que "procede destacar que la distribución opera sobre la obra musical o la interpretación ligadas a un soporte tangible (…) Esta apreciación cobra importancia una vez que se ha entrado en la era de las nuevas tecnologías, donde la música puede fluir a través de redes digitales como Internet, precisamente para excluir la distribución de este entorno"

(8) El título, aunque lo parezca, no es broma.

menos que un experto en la materia. La acusación es grave y los señalados con el dedo merecen que quien juzga sus actos todos los días y desde todos los púlpitos sepa de lo que habla.

Dejando a un lado los saltos de argumento jurídico en argumento jurídico, lo cierto es que también resulta forzada la calificación de comunicación pública en las redes de intercambio de archivos.

Las redes Peer to Peer establecen conexiones exclusivamente entre dos personas. Son redes "*punto a punto*" y resulta difícil calificar como comunicación pública un sistema que carece de público[9].

El diccionario de Propiedad Intelectual de la editorial Reus define las redes P2P como "*comunicación bilateral exclusiva entre dos personas a través de Internet para el intercambio de información en general y de ficheros en particular*". Una "*comunicación bilateral exclusiva entre dos personas*" no puede ser nunca un "*uso colectivo*" ni una "*comunicación pública*". Del mismo modo que tampoco es una conversación pública la que se mantiene entre cuatro personas que hablan simultáneamente por teléfono. Si las redes de pares establecen comunicaciones privadas, difícilmente podrá hablarse de que exista una comunicación pública.

El artículo 20 de la Ley de la Propiedad Intelectual define también la Comunicación Pública como "*todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas*".

Este concepto, por la fecha en la que se introdujo, no puede más que referirse a la puesta a disposición de una obra "*mediante su representación, ejecución o emisión*[10]". De este modo el libro Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual dice que se requiere "*por definición, inexorablemente, que los destinatarios tengan acceso a la obra representada exhibida, expuesta o difundida (...) Se requiere, así, un acceso o accesibilidad sensorial*". Es decir, nos referimos, por ejemplo, a representaciones teatrales, conciertos, proyección de películas de cine o la difusión por radio. En las redes P2P no hay un acceso "*sensorial*" a la obra como pudiera haberlo en la ejecución de la música en vivo, así que difícilmente puede calificarse como comunicación pública esa llamada "*puesta a disposición*" que no consiste en una ejecución de la obra.

Pero ese concepto puede interpretarse de acuerdo con la realidad tecnológica actual y englobar a las comunicaciones a través de Internet. Sin embargo incluso en ese caso sería difícil calificar los actos que se producen en las redes P2P como actos de comunicación pública.

Recordemos que la subida de datos a partir de las más populares redes P2P se produce de forma automática por la propia configuración del programa. Si quieres bajar obras, tienes que subirlas. Esto ocurre por defecto sin que se requiera el conocimiento o la voluntad del usuario.

(9) En este mismo sentido LACRUZ MANTECÓN dice que "la posibilidad de intercambio de reproducciones digitales por la red implica que del archivo inicial se ha hecho una copia, que es la que se envía al destinatario; equivale por tanto a realizar "copias pirata" instantáneas, pero es difícilmente penalizable, puesto que no hay ganancia ni lucro, y además se ampara en la licitud de la copia privada. El posterior envío de dicha copia puede intentar calificarse de acto de comunicación pública, pero a ello puede oponerse, además de lo anterior, la inexistencia de un público y de una accesibilidad instantánea a las obras, aparte de la libertad de comunicación y la confidencialidad de las comunicaciones privadas. En cuanto a si se trata de un acto de distribución, ello choca con la necesidad de puesta a disposición del público de soportes materiales de la obra".

(10) Diccionario de Propiedad Intelectual Editorial Reus.

Como decíamos, los que consideran ilegal el uso en las redes P2P para descargarse archivos protegidos, se basan fundamentalmente en esta "*subida*" de ficheros, a la que califican como "*comunicación pública ilegal*". Para ellos, el hecho de que este upload se produzca sin que exista un comportamiento activo por parte del usuario para que así ocurra, e incluso puede que con su total ignorancia o deseo, es indiferente.

Sin embargo, la misma expresión "*puesta a disposición*" parece exigir un determinado comportamiento por parte del que "comunica públicamente". Nadie puede poner algo a disposición de los demás sin saberlo o sin quererlo. Para que exista esa comunicación deben existir actos positivos que tiendan a ella. El comunicador, promueve de forma activa esa difusión.

Que un programa deje al descubierto una parte de tu disco duro, se parece tanto a una comunicación pública como tener la costumbre de dejar abierta la puerta de casa. Diferente sería si en el balcón colgaras un cartel invitando a la entrada del público para que disfrutaran de tu biblioteca.

Lo que parece claro es que hay una diferencia muy evidente entre poner música en la radio y que un programa suba una canción mientras descargas otra. El segundo caso puede desde no ser conocido por quien lo realiza hasta ser conocido pero no ser pretendido. La pregunta es si esos aspectos subjetivos tienen alguna relevancia a la hora de calificar esa conducta como comunicación pública. Lo cierto es que, en el ámbito civil, la voluntad de las personas que realizan los actos no suele ser una cuestión secundaria sino determinante. Tu deseo, tu voluntad, el hecho de que tu acción esté destinada a lograr un fin concreto, no son aspectos accidentales a la hora de concluir si existe o no un acto concreto.

Sigue esta interpretación "subjetivista" el libro Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual. Aunque habla de distribución, sus conclusiones son perfectamente trasladables a la comunicación pública cuando dice que "*lo determinante para considerar a un determinado acto como distribución es la finalidad o el propósito de ofrecer, directa o indirectamente, el original o copia de la obra al público*". Si esos elementos subjetivos referentes a la finalidad o al propósito son determinantes, parece claro que habrá de probarse en cada caso concreto si éstos existían. Desde luego si una persona sube una obra a Internet y promociona e invita públicamente a su descarga directa, no habrá demasiados problemas en considerar que existía el propósito de difundirla y que además hubo una serie de actos positivos que tendían a ello, pero no se puede deducir lo mismo del mero hecho de instalarte un programa P2P o de descargarte una película que irá a parar a un directorio compartido.

Dejar un libro o su copia sobre un banco porque ya no tienes intención de leerlo, no es un acto de distribución por mucho que esté "a disposición" de una pluralidad de personas y por mucho que tú sepas que abandonarlo puede suponer que alguien que pase por allí lo coja. Y no es un acto de distribución simplemente porque ese no era tu deseo ni tu finalidad. Del mismo modo, tampoco puede considerarse comunicación pública el hecho de que tu copia privada se descargue en una carpeta que el programa convierte en compartida por defecto.

Por las mismas razones no es comunicación pública poner la música demasiado alta de

manera que la oigan todos los vecinos, leer un libro en el balcón para aprovechar la resonancia o tener la radio del coche a toda potencia.

Mi primo no es un comunicador público por bajarse un recopilatorio de Bob Dylan y tampoco está haciendo un uso colectivo de ese disco por el mero hecho de que la configuración del programa fuerce a una subida de datos. El único acto que ha nacido de su propia iniciativa ha sido el de descargarse una obra para uso privado. Ese resultado conseguido era también su único fin.

Las leyes obligan a las personas y no a las máquinas. Los actos de un software no son los que regula la ley sino los actos de las personas que, para llevarlos a cabo, pueden servirse de ese o de cualquier otro medio. Lo que se castiga es apuntar a la cabeza y apretar el gatillo, lo que se castiga es hacer click en el botón que desvalija la cuenta corriente. Incluso los delitos de mera tenencia castigan un acto humano: el de aquellos que han decidido obtener y conservar lo prohibido.

Además de lo dicho, no existe tampoco en las redes de pares la posibilidad de que un usuario acceda de manera inmediata a las obras que están en el disco duro de otro usuario, siendo un requisito imprescindible para la puesta a disposición que el público pueda acceder a la obra "*desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija*[11]".

En realidad los argumentos jurídicos contra la copia para uso privado no son más que una excusa que esconde un pensamiento más simple y que se reduce a la idea de que todo acceso a un bien cultural sin que exista pago previo, es ilegal. Es por eso por lo que es costumbre en los medios de comunicación llamar a la copia privada "*piratería doméstica*" o "*piratería para uso personal*", a pesar que la piratería para uso personal no existe. Si es para uso personal, no es piratería.

El 22 de Noviembre de 2002 una periodista preguntó a Loquillo qué opinaba de que Manu Chao defendiera la "*piratería para uso personal*", a lo que el cantante respondió con su habitual elocuencia: "*A la mierda. Con perdón. ¿Me entiendes? A la mierda, joder. ¿Me entiendes? Es así de claro, por favor, ¿cómo puede ser así de demagogo? Hombre, por favor*".

A José Neri, presidente de SDAE, brazo digital de SGAE, todo eso del ánimo de lucro, el derecho al acceso a la cultura o la copia privada le suena a chino. La tesis jurídica es muy fácil de resumir y para él las complicadas interpretaciones se reducen a algo bastante más sencillo: si se paga es legal y si no, no lo es. Eso es lo que se deduce fácilmente de sus respuestas a las preguntas de la revista Computer Idea.

"Pregunta: ¿Soy un delincuente por bajarme una canción en eMule, por poner un ejemplo?
Si eMule, por ejemplo, paga los derechos de autor, si tú como usuario disfrutas de los archivos que eMule posee, no hay ningún delito.
P: ¿Es el ánimo de lucro la clave para decidir si existe un mal uso de estos ficheros?
Por supuesto que una persona que no posee la autoría de un archivo (documento, canción, etc.) no puede hacer un uso lucrativo de la obra. Aun así, no sólo es al ánimo de lucro del que piratea sino que la persona que tiene en propiedad el archivo deja de percibir el dinero que le correspondería por derechos de autor".

(11) Diccionario de Propiedad Intelectual. Editorial REUS.

En el artículo “*Por lo Legal*”, del Diario de Cádiz, se llega a la misma conclusión y, para dejar aún más clara la relación que hay entre la gratuidad y la ilegalidad, llama a las copias desde las redes P2P descargas “*gratuitas-piratas*”. Más adelante hace publicidad de las distintas plataformas de pago defendiendo que entre las virtudes de éstas se encuentra el hecho de que consigues la música sin violar ninguna ley “*pues estás pagando los derechos de autor*”.

El legislador bien podría haberlo dicho sin rodeos y dejarse de complicados conceptos como el lucro, el acceso a la cultura, la función social de la propiedad o el uso privado. Simplemente con poner que es ilegal si no apoquinas, ya habría despejado todas las dudas.

A/A Sr. D. José Luis Rodríguez Zapatero
Señor presidente:
Le escribo en relación con la reforma de la Ley de la Propiedad Intelectual cuyo borrador se nos acaba de mostrar por primera vez. El motivo de mi carta es expresarle mi queja por el hecho de que tan solo nos hayan dado un plazo de siete días hábiles para presentar cuantas propuestas de enmienda se nos ocurran. Ni que decir tiene que siete días no son suficientes para que la sociedad pueda estudiar detenidamente algo tan complejo y que a la vez les afecta tanto como es esta nueva legislación. Los adolescentes de este país necesitan mucho más de siete días para prepararse el control de trigonometría ¿cómo se puede esperar que en ese tiempo estudien y comprendan algo tan intrincado como la propiedad intelectual? El dinero que han gastado en poner en cines y televisiones ese anuncio en el que aparece un tipo descargándose música para terminar sugiriendo que al final acabó entre rejas, podrían haberlo usado en explicar y promover el debate de esta legislación con los ciudadanos. Mire, no quiero ponerme agarrado, pero la pasta con la que han hecho el anuncio era nuestra y nos parece que ha sido malgastada. No solo porque el contenido del anuncio pretende confundir y atemorizar sino también porque el actor que lo protagoniza no se mete para nada en el papel y no nos representa con justicia. Como todos sabemos cuando un internauta se baja una canción no se queda con esa cara de palo que tiene el del anuncio sino que lanza una histérica risita malévola que evidencia su naturaleza diabólica.

Sinceramente me parece que todo esto es una cortina de humo y que los famosos siete días hábiles están precisamente destinados a que no dé tiempo a decir absolutamente nada. De este modo, cuando surjan las protestas por esta nueva regulación podrá decirse: “os dimos la opción de hablar en su momento y no la aprovechasteis” para así cerrar unas cuantas bocas.

La verdad es que me decepciona usted. Al principio de su gobierno no me quejé porque entiendo que es nuevo en su empleo y todos sabemos que los primeros días cuesta hacerse con el mando. Mi primer trabajo fue de secretario en un bufete de abogados y tardé una semana en aprender a manejar la grapadora así que puedo entender que lo de dirigir un país debe ser por lo menos el doble de complicado. Sin embargo, creo que eso no es excusa para ignorar a la ciudadanía a la hora de hacer las leyes. Se suponía que las leyes las hacíamos nosotros y no esa panda de ricos chiflados con los que usted se reúne para hablar de la piratería.

Ya que quieren que propongamos enmiendas aprovecho aquí para plantearle las mías. No se refieren a la reforma de la Ley de la Propiedad Intelectual que como ya le he dicho todavía no he tenido tiempo ni para asimilar el susto que me ha dado su anuncio, pero sí que se refieren en

general a toda esta problemática. Ofrezco así algunos consejos útiles para integrar cambios en nuestras leyes. Algunas de las propuestas sonarán a locura, pero he pensado que si los hay que no tienen problema en proponer medidas como la de destruir los ordenadores de los que intercambian ficheros no se por qué tengo yo que cortarme a la hora de expresar mis deseos.

Éstas son mis más sinceras aspiraciones:
1.- La cultura debe ser para todos
Venga, usted habrá leído la Constitución, ahí lo dice claramente: todos tenemos derecho a acceder a la cultura. Las redes P2P, que son esas en las que los internautas se intercambian entre otras cosas obras intelectuales, no solo no deben prohibirse sino que deberían ser accesibles para todos y no solo para los privilegiados que podemos permitirnos Internet.

2.- No dejen hablar a los ricos en los medios de comunicación
Sí, ya sé que esto puede verse como un atentado contra la libertad de expresión pero ¿no le parece que ya han dicho bastante? ¿No nos toca ahora a nosotros? Además, siempre que hablan es para insultarnos llamándonos piratas o pendejos. Creo que ya es hora de pasar el turno y por lo tanto no se debería permitir que nadie que supere una determinada cantidad de ingresos anuales dé declaraciones en la prensa. Entre otras cosas porque son aburridísimos y a todos nos dan mucha grima esas fotografías con las que acompañan sus entrevistas y en las que aparecen con sus corbatas y sus liftings. Si quieren dar sus opiniones que saquen un fanzine con 4 folios doblados como llevamos haciendo nosotros toda la vida.

3.- Hay que remunerar a los cantantes
Ya sé que esos manipuladores de la industria han intentado hacer creer que estamos en contra de los cantantes. No es así. Amamos a los cantantes. Solo odiamos a los millonarios chiflados, ya sean músicos o banqueros. Y tampoco vale eso que dicen algunos de que los creadores deberían trabajar solo por amor al arte. De eso nada. Esa es sin duda la motivación principal, pero esa motivación solo la satisfacen los que pueden regalar su tiempo al desarrollo de su vocación y por desgracia de ese tiempo solo disponen los ricos. Ya sé que algunos que no lo son compatibilizan el trabajo que les da de comer con sus aspiraciones artísticas pero no es un tiempo suficiente como para que esa aspiración deje de ser su hobbie para convertirse en su profesión. A los cantantes, que quede claro, hay que pagarles (excepto a Coyote Dax, a ese no).

Usted, por su posición, conocerá a muchos economistas que deben ponerse de inmediato a trabajar en este asunto. El objetivo es que se consiga remunerar a los músicos sin necesidad de limitar el acceso a las redes P2P. Sé que es complicado pero existe una filosofía llamada minimalista que dice haber encontrado varias alternativas, quizás sea el momento de escucharles. Puede que haya que plantearse la posibilidad de la Renta Básica (usted es socialista, este concepto le tiene que sonar por narices).

Creo sinceramente, señor Zapatero, que ese es el camino, porque, les guste o no, las redes peer to peer existen y aunque persigan a sus usuarios todos sabemos que después llegará el "*Manolito P2P*" y no se qué genio adolescente más, que hará programas que imposibiliten la identificación de los usuarios, así que acepten de una vez la nueva realidad y manos a la obra. Les insto a encontrar esas alternativas económicas. Tienen siete días.

4.- Quítese de encima a esos pelmazos de la SGAE a los que les debe favores

Cuando le telefonee otra vez uno de esos recordándole que le debe usted un favor cuélguele inmediatamente. Ya lo sé, no es tan fácil como parece. Si Caco Senante apareciese en la puerta de mi casa diciéndome que le debo un favor me moriría de miedo, pero usted debe ser más firme. Debe saber que el compromiso lo tiene con todos aquellos que le votaron y no solo con la SGAE. Recuérdelo: usted es el presidente de este país. No debe tenerle miedo a nadie. Ni a Caco Senante, ni a Teddy Bautista, ni a Ramoncín (bueno, a Ramoncín tal vez sí, ya le vimos soltándole guantazos al periodista aquél y la verdad es que el tío los clava, pero, exceptuando a éste, a nadie más).

5.- Que paguen los suministradores del servicio de Internet

Ya habrá escuchado las protestas que hay con esto del canon. Yo soy de los pocos españoles que no usa sus compactos para grabar las fotografías de las vacaciones pero entiendo que los que sí lo hacen anden cabreados por pagar una compensación a las entidades de gestión por algo como eso.

Teniendo en cuenta que los principales beneficiados económicamente son los que suministran el servicio de Internet ¿no es más justo que sean precisamente ellos los que suelten un buen pellizco a los autores? Incluso podemos ir más allá. Esto de la "piratería" da mucha pasta: aumenta la venta de compactos, de grabadoras, de ordenadores, de tarjetas de red, etc., Que se repartan entre ellos los beneficios que sacan de esto y que nos dejen en paz.

6.- Reúnase con nosotros para debatir estos puntos

Sin duda, algunos de estos puntos no le convencerán (por ejemplo, el de que los ricos no pueden hablar en los medios de comunicación le impediría a usted dar declaraciones de ningún tipo). Precisamente teniendo en cuenta que habrá discrepancias le pido que nos dé una fecha para poder debatirlas. Podemos quedar en su casa o en la de cualquiera de nosotros (eso sí, en este último caso, usted es el encargado de traer la cerveza).

Muchas gracias por su atención, señor presidente.

REDES P2P Y CÓDIGO PENAL

La facilidad con la que los medios de comunicación hablan de "*delitos contra la propiedad intelectual*" roza lo obsceno. Ustedes lo habrán visto en el periódico, en los anuncios que echan en los cines antes de las películas y también en la televisión. Según ellos, prácticamente todos somos delincuentes. Si nos fiamos de lo que nos dicen diariamente, actos tan cotidianos para muchas personas como descargarse una canción de Internet, te reservan una celda durante una buena temporada. "*Si hablamos de delitos de propiedad intelectual, la mitad de los españoles somos delincuentes*", dice Juan Salom, comandante jefe del Grupo de delitos telemáticos de la Guardia Civil. Como es un tipo moderado deja a salvo de la cárcel nada menos que a la otra mitad del país.

Pero ¿es esto realmente así? ¿Copiar una obra intelectual sin autorización del autor es un delito? Antes de analizar cuáles son los elementos que el tipo penal exige para que exista ilícito, debemos tener en cuenta dos principios fundamentales del Derecho Penal: el principio de intervención mínima y el de proporcionalidad.

El principio de intervención mínima declara justo lo contrario de lo que los medios de comunicación parecen afirmar. Según este principio, el Código Penal está reservado para actuar solo en los casos de especial gravedad. Esta subsidiariedad del Derecho Penal se justifica por la sencilla razón de que los castigos que prevé son los más severos que se pueden imponer en un Estado de Derecho. En concreto, si hablamos de delito contra la propiedad intelectual, lo que estamos diciendo es cárcel. Y no unas pocas semanas, sino que las penas son de seis meses a dos años de prisión, el tipo básico, y de dos a cuatro años, el agravado. Cuando se le da al Estado un cañón de estas características, se le exige que lo use solo cuando sea estrictamente necesario. Asegurar que eso sea así es precisamente la función del principio de intervención mínima.

Mientras la industria de la cultura y el ocio confunde sus sueños con la realidad y al inicio de cada película o en la portada de cada disco difunde la idea de que cualquier utilización no autorizada de sus productos es un delito castigado con la cárcel, aquí, en el planeta tierra, los jueces absuelven incluso a manteros recomendando la vía civil cuando las ventas ilegales que realizan son de poca entidad. El Derecho Penal limita sus intervenciones a los ataques más intolerables a los pilares más imprescindibles para la convivencia.

Por otro lado, el principio de proporcionalidad es ese que te recuerda que la intensidad de la pena debe guardar relación con la acción a la que se aplica. Pero a la industria y sus abogados, el principio de proporcionalidad no les suena de nada. Para el productor de cine y presidente de EGEDA, Enrique Cerezo, la solución es "*que la gente se mentalice de que bajarse una copia o comprar en un top manta, es como robar en un comercio o un banco. Si la ley fuera tan dura con una cosa como con otra, independientemente de las cuantías que suponga, se arreglaría algo*".

De todos es sabido que para algunos tipos de la industria, la inyección letal a una persona que se descarga discos de Internet es una medida absolutamente proporcional, por eso ese análisis debe hacerlo un juez de forma objetiva e imparcial. Si interpretáramos nuestro Código Penal como le gustaría a la industria, la copia de una obra sería un delito castigado con seis meses a dos años de cárcel. Parece claro para cualquier persona que no simpatice con los campos de concentración que esa medida sería excesiva y desproporcionada.

Esa interpretación abriría en canal todo el sistema de penas del Código Penal, encontrándonos con situaciones tan absurdas como aquella de que la copia no autorizada de un disco sería un delito mientras que el hurto en un comercio de una discografía original que no supere los 400 euros no es más que una falta. Considerar que el Código Penal es un maníaco desequilibrado es requisito indispensable para aceptar las tesis jurídicas de los fanáticos de la propiedad intelectual.

Una vez se tenga en cuenta que el Derecho Penal no está para excluir a sectores sociales completos y que se le exige una intervención mínima y proporcional, podemos pasar a analizar qué dice el código sobre los delitos contra la propiedad intelectual y en concreto su referencia a los actos de reproducción de las obras.

Reproducción

Cuando una persona accede a una red P2P y baja música o películas, o cuando hace una

descarga directa desde un servidor, lo que está realizando es lo que la ley define como acto de reproducción. El artículo que nos interesa a este respecto es el 270.1 del Código Penal que, literalmente, dice:

"Será castigado con la pena de prisión de seis meses a dos años y multa de 12 a 24 meses quien, con ánimo de lucro y en perjuicio de tercero, reproduzca, plagie, distribuya o comunique públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la autorización de los titulares de los correspondientes derechos de propiedad intelectual o de sus cesionarios".

Las copias de obras intelectuales sin ánimo de lucro no están incluidas como delito en nuestro Código Penal. Probablemente pensarás que esto debería bastar para descartar esta vía tan agresiva, sin embargo, los abogados de la industria se han puesto a trabajar y han mareado el concepto de ánimo de lucro hasta el extremo de hacerlo irreconocible. Según ellos debe interpretarse el ánimo de lucro como "*cualquier beneficio, utilidad o ventaja que algo te reporte*" y no solo como ganancia en dinero.

Lo primero que deberíamos admitir si se aceptara esta tesis es que el requisito del ánimo de lucro se lo podía haber ahorrado el legislador, porque cualquier copia de una obra intelectual te reporta "*algún tipo de beneficio, ventaja o utilidad*". Queda así el ánimo de lucro como un requisito estéril y su introducción como elemento subjetivo del injusto del tipo penal no cambiaría en nada su alcance.

El anterior Código Penal no exigía este ánimo para considerar esas conductas como delictivas, siendo únicamente requisito para la aplicación del tipo agravado. Es en 1995 cuando se opta por extender esa exigencia al tipo básico, excluyendo de la órbita penal las reproducciones que carezcan de un fin lucrativo. Debemos pensar entonces que esta introducción se hizo para cambiar algo y no para dejar el alcance del tipo penal intacto, tal y como ocurriría si lo interpretáramos de la forma expansiva que le gustaría a la industria.

Del mismo modo, entender que hay un lucro por el supuesto ahorro que obtienes al copiar, convierte en impracticable la copia privada. Si las copias te producen el lucro de evitar una compra, entonces las reproducciones sin ánimo de lucro no existen. ¿Qué sentido tiene que la ley te dé derecho a hacer copias sin ánimo de lucro si resulta que todas las copias lo tienen porque te producen un supuesto ahorro o una ventaja? Desde esa perspectiva, si no hubieran incluido el artículo que otorga el derecho a la copia privada nada cambiaría y además se habrían ahorrado tinta[12].

El lucro ha de ser algo cuya existencia pueda ser susceptible de ser probada. El presumir que habrías comprado el disco que te descargaste y que por tanto has realizado un ahorro es llevar un elemento esencial para determinar la existencia del delito a la órbita de la fantasía, lo presunto o lo imaginario. La descarga del archivo comprimido que contiene 6.000 libros que está en estos momentos en las redes P2P te produce según esta teoría un ahorro equivalente a aproximadamente 108.000 euros, es decir, los 18 millones de pesetas que todos tenemos para sufragar el gasto que supone nuestra incontrolable afición a la lectura.

(12) En un sentido parecido, el libro Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual, al analizar el artículo 31.2, considera superflua la exigencia legal de que el uso de las copias privadas no sea lucrativo "salvo que se considere que el uso privado de la copia en actividades profesionales, empresariales o académicas reporta una ventaja patrimonial al usuario, en cuyo caso, concluye GÓMEZ POMAR, se convertiría en inaplicable el precepto que comentamos".

Nadie mejor que el propio legislador para explicar la importancia del cambio: "*El art. 270 recoge un amplio catálogo de conductas y de objetos protegidos, exigiendo, en primer lugar, el ánimo de lucro, lo que permite descartar los supuestos de bagatela, que integran una cuantiosa cifra negra que probablemente el mercado debe asumir como inevitable [...] pero que no debe serlo si el responsable persigue su lucro y el perjuicio de un tercero*[13]".

Como dice el Fiscal General del estado en su ponencia "la Posición del Ministerio Público en la Protección Penal de los Derechos de Autor", "debemos mostrarnos contrarios a una interpretación "extensiva" del elemento típico "ánimo de lucro". Esto significa que, con carácter general, han de excluirse del ámbito punitivo los supuestos de aprovechamiento meramente privado, que un sector doctrinal pretende incluir extensivamente en la tipificación penal recurriendo al denominado "lucro indirecto". Se trata de comportamientos socialmente aceptados que no justifican la intervención penal".

El Manual "*Contestaciones de Derecho Penal al Programa de Judicatura*", en su parte dedicada a los delitos contra la propiedad intelectual, se refiere al ánimo de lucro como la búsqueda de un "*interés económico*".

Paradójicamente, la SGAE, que es precisamente una de las mayores defensoras de que el lucro es cualquier beneficio o utilidad que obtengas, se vería perjudicada si tomáramos por buena la interpretación que ella defiende. Esto es así porque hay que recordar que la SGAE es, según sus propios estatutos, una entidad sin ánimo de lucro. Por lo tanto la SGAE debe ser una entidad que no reporta ningún tipo de beneficio, ventaja o utilidad. En definitivas cuentas, si la SGAE tuviera razón, esa sociedad de gestión debería desaparecer por inútil.

No puede interpretarse el lucro de esa forma expansiva sin reparar antes en si eso rompe la lógica del contexto en el que se incardina. En lo que respecta a los delitos contra la propiedad intelectual, esa lógica queda partida en dos porque, sencillamente, hace prescindible, innecesaria e inocua la exigencia del fin lucrativo.

El artículo 271 constituye el tipo agravado del delito descrito en el anteriormente citado 270. Las penas de ese precepto se imponen en los supuestos de mayor gravedad, que son descritos como aquellos en los que "*el beneficio obtenido posea especial trascendencia económica*". No hay que irse por tanto muy lejos para comprobar que el Código Penal considera que el "*beneficio obtenido*", esto es, el lucro, es el que tiene una "*trascendencia económica*" y no de otra naturaleza.

Da la sensación de que los propios defensores de una interpretación expansiva del ánimo de lucro no se creen sus propias teorías. En una entrevista, Pedro Farré, aseguró que el Top Manta y el intercambio en Internet eran iguales desde el punto de vista legal. Cuando el periodista Adolfo Estalella, que no es nuevo, recordó al entrevistado que "*la ley habla de ánimo de lucro para considerar que hacer copias sea ilegal*", Pedro echó mano de la teoría del ánimo de lucro como "mera obtención de una ventaja, un beneficio directo o indirecto, económico o de otra naturaleza". Sin embargo, apenas unas preguntas después, Farré dice también que a su juicio "*hay dos responsables en el uso de las redes P2P; el usuario primero, y el segundo responsable es quien en alguna medida está obteniendo un lucro por esa*

(13) Cita del libro "El Código Penal de 1995 y la voluntad del legislador".

actividad de intercambio de ficheros". Pero ¿no habíamos quedado en que el usuario también se lucraba? Si hay dos responsables, uno, el usuario, y otro, el que se lucra, se está diciendo que el primero no obtiene lucro, que es justo lo contrario de lo que se mantenía al inicio gracias a la teoría de la bala mágica. Supongo que estas contradicciones suelen ocurrir cuando se está forzado a defender tesis que agreden a tu propio sentido común.

Probablemente, a sabiendas de la debilidad de estos argumentos, Farré a veces se cuida mucho de afirmar tajantemente que estas acciones sean delictivas. En el programa de Gomaespuma dijo que el intercambio en redes P2P bordeaba el Código Penal, que era "*casi delictivo*". Sin embargo, un principio básico del Derecho Penal es el de tipicidad. Las penas son tan graves que se exige que la conducta tenga un encaje indudable en el tipo penal. Como dijo la Audiencia Provincial de Castellón el 27 de Febrero de 2003, "*los tribunales deben imponer la correspondiente sanción cuando el hecho enjuiciado tiene encaje indudable en el tipo penal previsto en la ley*". Si algo es "casi delictivo", es que no es delictivo. No hay medias tintas, la conducta tiene que estar claramente definida porque de lo que estamos hablando es nada menos que de la posibilidad de ir a la cárcel.

A pesar de todo, los defensores del copyright restrictivo, de la mano dura y de la política del miedo, siguen asegurando lo que las leyes niegan. Según EL MUNDO, Antonio Guisasola asegura que la descarga de música de Internet es "*un delito*" y que "*estamos en una fase de educación y concienciación, editando folletos y reuniéndonos con universidades, asociaciones de usuarios, etc., para hacerles ver que estas actividades son ilegales y causan un daño terrible*".

Esa "*campaña de concienciación*" capitaneada por los que creen haber sido tocados por los dioses para llevar a cabo una labor evangelizadora en la tierra, se basa, sencillamente, en repetir una mentira tantas veces como sea necesario para transformarla en verdad.

El cantante Loquillo va más allá en las comparaciones entre los ladrones y los millones de personas que cada día descargan música de Internet. Dice el cantante en relación con las descargas de Internet: "*Admiro a quienes roban porque implica algo, pero lo de la piratería no es robar. Es pegarte una hostia en la calle y decirte: 'eres idiota'*". No es el único que considera que la palabra "ladrones", se está empezando a quedar en poca cosa. La cantante María Jiménez sacó un disco que incluía adjunto un CD virgen. Esta iniciativa no solo conseguía confundir el concepto de copia privada y copia de seguridad sino que el eslogan que incluía el disco era tajante: "*cópiame pero no me violes*". Pedro Farré y María del Monte estuvieron de acuerdo, y así lo manifestaron en el programa de televisión "*Mejor lo Hablamos*", en que llamar piratas a los que se descargan música de Internet era poco menos que piropearlos. Habría que subir el nivel de ofensa.

La calumnia masiva es el deporte favorito de los que tardan dos segundos en demandarte si cometes el error de creerte con derecho a réplica. Que se vea normal que alguien llame delincuentes a millones de personas sin tener que dar ningún tipo de fundamento jurídico, refleja hasta qué punto los ciudadanos han aceptado su papel de sparring.

El bombardeo mediático es lo suficientemente costoso en tiempo y dinero como para suponer que tiene una estrategia y busca unos resultados determinados. Se llama "*etapa prelegislativa*" a aquella que procura constatar la aparición de una disfunción social que merece una intervención penal. No se requiere que esa disfunción sea real, sino que basta con que lo parezca. A pesar de que el intercambio de obras intelectuales es algo que preocupa a un sector muy reducido, su presencia en los medios de comunicación es tan elevada que parece que es un problema nacional y no la inquietud de un interés privado. Esta presión mediática busca que los ciudadanos acepten como problema de todos algo que les resulta indiferente a la mayoría. Cambiar la conciencia de los ciudadanos para que reclamen leyes penales que les persigan es la paradoja que se quiere lograr.

Según el libro "*La racionalidad de las leyes penales*":
"El proceso sociológico desencadenante de una decisión legislativa penal se inicia con el éxito de un agente social en hacer creíble la existencia de una disfunción social necesitada de algún tipo de intervención penal [...] Para lograr tal éxito ese agente social deberá aportar datos, reales o ficticios, que permitan sentar las bases de una discusión al respecto, y estar además en condiciones de suscitar esa discusión en ámbitos comunicacionales relevantes en la sociedad. [...] La disfunción social puede ser, en sus presupuestos fácticos, real o aparente, cualidad esta última de la que los agentes sociales activadores del proceso pueden no ser conscientes, serlo o justamente estar movidos por la intención de hacer pasar por real una disfunción aparente. La frecuencia con que en el ámbito político-criminal se trabaja con disfunciones sociales aparentes, esto es, con representaciones de la realidad social desacreditadas por los datos empírico sociales, no debería subestimarse".

Mientras se prepara el terreno para el cambio de las leyes, las actuales empiezan a interpretarse por algunos como si las reformas ya hubieran llegado. La legislación que vendrá es aceptada así como mera aclaración de lo que hoy ya está vigente y no como la deriva represiva que realmente es.

El Ministerio de Cultura pretende hacer campaña de sus particulares interpretaciones de la ley presentándolas en los medios de comunicación, no como las más acertadas, sino como las únicas. El misil de concienciación masiva no tiene como único objetivo a los ciudadanos sino también a los jueces. El propio Plan prevé cursos de formación para jueces, así que el hecho de que el Ministerio de Cultura diga que la interpretación sobre la legalidad o ilegalidad de las redes P2P es función de los tribunales y no del Ministerio, no quita que la interpretación de los jueces estará condicionada directamente por los cursos que se les impartirán. La propia ministra lo expresaba en un seminario organizado por SGAE: "*Queremos que la sociedad y, especialmente los más jóvenes (...) conozcan, comprendan y hagan suyos los derechos intelectuales, de tal manera que sientan como propia cualquier agresión a la propiedad intelectual. Queremos que jueces y policías cuenten con la formación y medios adecuados para velar por estos derechos*".

El 8 de Abril de 2005, la ministra de Cultura anunció que apoyaría una campaña de la Federación Antipiratería. El director de esta entidad declaró a Europa Press que estaban encantados con que la ministra "*apoye nuestros trailers con su presencia. Llevamos 20 años luchando contra la piratería y está muy bien que la ministra ampare y promocione nuestra campaña y además consiga que TVE y otros medios lo emitan*".

Entre los integrantes de la FAP, entidad sin ánimo de lucro cuyos mensajes son apoyados, amparados y promocionados por nuestros representantes, están, entre otras: Buena Vista Home Entertainment, Paramount Home Entertainment (Spain), Columbia Tristar Home Entertainment, Lauren Films, Universal Pictures, 20th Century Fox Home Entertainment España y Warner Home Video Española. Así la simbiosis entre el poder político y el económico llega a su máximo esplendor.

Además, la FAP, integrada por estas conocidas ONGs, es la encargada de organizar seminarios destinados a formar jueces. Tal y como dice su página web, la FAP "*viene desarrollando sistemáticamente la organización de seminarios y conferencias dirigidas a jueces, magistrados y fiscales, realizando mayor esfuerzo de información en aquellas zonas donde la actitud de los jueces y fiscales resulta menos proclive a la consideración delictiva de prácticas de piratería*".

Si la FAP detecta que hay zonas donde no se tiende a condenar a quienes ellos querrían, rápidamente ponen en marcha su función pedagógica. Obviamente no es cierto que existan jueces que no sean "*proclives a la consideración delictiva de prácticas de piratería*". Todo juez considera delictiva la piratería, lo que ocurre es que los hay que no consideran piratería lo que la FAP se empeña en señalar como tal. Para que esto cambie, la FAP tiene todos los recursos económicos necesarios para la concienciación judicial.

No es sólo la FAP, entidades de gestión como EGEDA, usan todos los recursos que tienen a su alcance para organizar cursos sobre Propiedad Intelectual dirigidos a jueces. No es necesario explicar dónde está el peligro de que decenas de cursos dirigidos a jueces sean celebrados por los mismos que consideran que bajarse una canción de Internet es "*como robar un banco*".

Durante el año 2002 se impartieron numerosos cursos. Conociendo los nombres de sus organizadores puede deducirse cuál fue su orientación.

Estos son solo algunos de ellos:
-Cursos organizados por SGAE y destinados a la "formación de Fuerzas Policiales":
Durante el mes de Diciembre organizaron una jornada con la Policía Municipal de Madrid, donde "se trataron todas las cuestiones jurídicas y policiales relativas a la persecución de los delitos contra la piratería".

Entre el 20 y el 21 de Noviembre, SGAE, organizó el curso destinado a las Fuerzas Policiales: "El fraude a la creación intelectual", al que acudieron "reputadas autoridades políticas, policiales y judiciales".

-CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos):
Séptimo Congreso de Secretarios Judiciales. (30 de mayo a 1 de junio de 2002. Valencia). Curso dirigido a Secretarios Judiciales.
Mesa redonda: Jueces y Magistrados con Entidades de gestión. (9 de octubre de 2002. Madrid). Curso dirigido a Jueces y Magistrados

-(EGEDA) Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales

Cursos para miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado:
Cursos a guardias, suboficiales, oficiales y jefes de la Guardia Civil, impartidos en las diferentes academias.
Cursos a miembros del Cuerpo Nacional de Policía, en diferentes sedes y academias.
Cursos para Magistrados y Jueces.
Estancia de miembros de la carrera fiscal en el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, celebradas en Madrid del 8 al 12 de abril de 2002.
VII Congreso Nacional de la Unión Progresista de Secretarios Judiciales, Valencia, 30, 31 de mayo y 1 de junio de 2002.

No son los únicos. También organizaron cursos de este tipo entidades como AISGE (Artistas Intérpretes Sociedad de Gestión) o AFYVE (hoy Promusicae) que celebró, sólo durante el año 2002, 12 seminarios destinados a la Guardia Civil, uno para Comisarios e Inspectores jefes de Madrid, cinco para funcionarios de la Agencia Tributaria y dos para los Mossos d'Esquadra. Algo semejante puede decirse de la FAP y la BSA.

El problema no es la ley, que es clara dentro de lo que le permite el castellano, sino que una parte importante de la formación que los jueces reciben sobre propiedad intelectual proviene de seminarios organizados por fuertes poderes económicos y con la bendición del gobierno.

Es quizás por esta realidad por la que José Antonio Suárez, de EGEDA, en relación con las descargas de Internet, consideró que la legislación "*es adecuada y lo que hay que hacer es conocerla y cumplirla [...] Antes había pocos especialistas fuera de la SGAE; ahora hay un plantel de jueces que es suficiente*".

Seminario de propiedad Intelectual
Aprende a desembarazarte de ese molesto sentido común
Aprende a interpretar correctamente el Código Penal siguiendo la lógica aplicada por la industria y que considera que la reproducción, distribución y comunicación pública de obras intelectuales que te den cualquier beneficio o utilidad es delictiva. Para ello practica con este sencillo test.

Siguiendo la interpretación que hace la industria del artículo 270 del Código Penal, elija cuál es la acción considerada de mayor gravedad:

* * *

a.- Juan fotocopia una página de un libro.

b.- Juan le da un par de puñetazos a su amigo por recomendarle ir a ver la película "Los Ángeles de Charlie".

RESPUESTA:
La acción más grave desde un punto de vista penal sería la "a" puesto que la reproducción, incluso parcial, sería un delito con pena de 6 meses a dos años de prisión y multa de 12 a 24 meses. Los puñetazos, si no precisaron una asistencia médica o quirúrgica, serían tan solo una falta en virtud de lo dispuesto en el artículo 617 en relación con el 147 del Código Penal.

* * *

a.- Ocho personas se intercambian copias de su música favorita.

b.- Ocho personas participan en una riña tumultuosa utilizando medios o instrumentos que pueden poner en peligro sus vidas o su integridad física.

RESPUESTA:

Es menos grave participar en una pelea que participar en el intercambio de compactos. Participar en una riña tumultuosa tiene una pena de tres meses a un año (art. 154 del Código Penal) y el intercambio tendría una pena de 6 meses a 2 años (art. 270 del Código Penal). Si algún día te ves obligado a elegir entre participar en un intercambio de copias de CDs o participar en una pelea masiva, escoge siempre la segunda opción, que es obviamente menos reprobable.

* * *

a.- Juan copia la última película de su director favorito de un DVD que le presta su secretaria Susana.

b.- Juan, aprovechando su superioridad jerárquica en el trabajo, acosa sexualmente a Susana.

RESPUESTA:

El acoso sexual tendría menos pena según el artículo 184.2 CP.

* * *

a.- Pedro y Susana van a un colegio y distribuyen entre los alumnos de preescolar copias de películas educativas de dibujos animados protegidas por copyright y sin autorización de los autores.

b.- Pedro y Susana van a un colegio y distribuyen entre los alumnos de preescolar películas pornográficas protagonizadas y creadas por la pareja.

RESPUESTA:

La acción menos grave es la de distribuir material pornográfico a menores según el artículo 186 del C.P. La distribución de copias de material con copyright sería un delito al existir un lucro consistente en el ahorro conseguido por eludir el pago de los originales cuyas copias han sido objeto de distribución.

* * *

a.- Alfonso se descarga una canción de Internet.

b.- Alfonso decide que prefiere el disco original y va a El Corte Inglés a hurtarlo. Una vez allí, y para no dar dos viajes, opta por llevarse toda una discografía. La suma de lo hurtado no supera los 400 euros.

RESPUESTA: La descarga de la canción sería un delito con pena de 6 meses a dos años. El hurto de la discografía en El Corte Inglés ni siquiera sería un delito sino una simple falta (art. 623.1 CP).

* * *

a.- Alfonso se descarga una canción de Internet.

b.- Alfonso va a hurtar a El Corte Inglés y, como se la va la mano, se lleva cincuenta compactos por valor global de 1.000 euros.

RESPUESTA: Seguiría siendo más grave la descarga de Internet. El hurto sería un delito porque supera los 400 euros, pero sería de menor pena que la descarga (artículo 234 C.P.).

* * *

a.- Sergio, en el pleno uso de sus facultades mentales, se descarga una canción de Malena Gracia.

b.- Sergio, en un descuido de Malena Gracia, se lleva su coche devolviéndolo 40 horas después.

RESPUESTA: Sería más grave la descarga. El hurto de uso de vehículo tiene menos pena a tenor del artículo 244.1 del Código Penal.

* * *

a.- Pedro se graba la película El Resplandor del VHS de su amigo.

b.- Pedro, irritado por el doblaje de la película, amenaza de forma leve a Verónica Forqué exigiéndole que no vuelva a hacerlo nunca más. Pedro usó un arma en la amenaza.

RESPUESTA: La copia sería un delito y la amenaza, incluso con un arma, una simple falta (620.1 C.P).

* * *

a.- Ramón, que es un bromista, le copia a su amigo el último disco de Andy y Lucas diciéndole que es el "Kill'em All" de Metallica.

b.- Ramón, que es un bromista, deja una jeringuilla infectada de SIDA en un parque público.

RESPUESTA: La segunda broma sería menos grave a tenor del artículo 630 del Código Penal.

FRASES CÉLEBRES

"Tenemos que transmitir a la sociedad que, igual que no pueden meter mano en un escaparate y llevarse un reloj, tampoco pueden bajarse una película de Internet o piratear un libro".

Pilar Bardem

* * *

"No robarías un coche. No robarías un bolso. No robarías un televisor. No robarías una película. El robo en Internet queda registrado. El robo es ilegal. La piratería es un delito. Ahora la ley actúa".

Texto de la campaña "Ahora la ley actúa" lanzada por la Federación Antipiratería con apoyo del Ministerio de Cultura y de Justicia.

Algunas fuentes consultadas

Javier Barnés. "La propiedad Constitucional. El estatuto jurídico del suelo agrario".

Raquel de Roman. "Obras Musicales, Compositores, Intérpretes y Nuevas Tecnologías".

ACAM. "Estoy de acuerdo con el canon a CDs y con los que tengan que venir". 27/04/05.

Diccionario de Propiedad Intelectual. Cesar Iglesias Rebollo y María González Gordon.

Manual de Propiedad Intelectual coordinado por Rodrigo Bercovitz.

Internet y Derecho Penal. Director: Juan José López Ortega, magistrado de la Audiencia Nacional.

Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual. J. M. Rodríguez Tapia y F. Bondía Román.

Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual. Coordinado por R. Bercovitz Rodríguez Cano.

Cadena Ser. Agencias. "El Gobierno no cree necesario un canon sobre el ADSL". 06/04/05.

Pedro Farré. "La Defensa de la Propiedad Intelectual Frente a la Piratería: Medidas de Protección en el Entorno Analógico y en el Digital".

Pedro Farré. "Nada es gratis (y la música en Internet, tampoco)".

Revista Computer Idea nº47.

Las Provincias. ''Nadie sabe el enorme daño que se hace con la piratería''. 27/03/05.

El Código Penal de 1995 y la voluntad del legislador. López Garrido/García Arán.

Contestaciones de Derecho Penal al Programa de Judicatura, Parte Especial. Cándido Conde-Pumpido Ferreiro.

Europa Press. "Redes P2P: los usuarios no serán demandados 'a corto o medio plazo' en España". 30/03/04.

"La racionalidad de las leyes penales". José Luis Díez Ripollés.

Europa Press. Piratería.- La ministra de Cultura apoyará y promocionará una campaña televisiva contra la piratería. 08/04/05.

Memoria 2002 de la "Comisión Interministerial para actuar contra las actividades vulneradoras de la propiedad intelectual e industrial".

HAZ LO QUE DEBAS

HAZ LO QUE DEBAS

Todo hace indicar que se iniciará una campaña contra los usuarios de P2P. No solo será una guerra mediática sino que al igual que ha ocurrido en Francia, Inglaterra y EEUU, no sería de extrañar que las demandas lleguen a este país tan acostumbrado a copiar las malas costumbres.

El acceso a la cultura que te brindan las nuevas tecnologías pretende ser frenado por una industria obsoleta que quiere controlar lo incontrolable a golpe de pleito. Lo que está en juego es poder elegir por dónde discurrirá nuestro desarrollo cultural o personal, el mismo que estanca la dieta anémica a la que nos condena la televisión o nuestro bolsillo. En lugar de aceptarse este avance como un milagro para beneficiar a los muchos que lo disfrutan, es elevado a amenaza para no perjudicar a los pocos que lo temen. La adaptación a los nuevos tiempos no está en la agenda de los que han decidido librar una batalla por una propiedad que los avances técnicos han convertido en difusa, etérea e inapropiable.

Primero: No pagues los abogados de quien te quiere encarcelar.

Si el quiosquero de tu barrio te llamara delincuente a la primera de cambio, estoy seguro de que dejarías de comprarle. ¿Por qué es distinto cuando quien lo hace es una empresa mastodóntica o un superventas? ¿Por qué comprar discos o ir a conciertos de quien llama a sus fans "*gentuza*" o "*ladrones*" como hizo Aurora Beltrán? Si las multinacionales están demandando en EEUU a miles de personas por usar los aparatos que en ocasiones han sido fabricados por ellas mismas, ¿no es hora de decir basta? ¿Tiene sentido que financies a los que dicen que utilizarán sus recursos económicos para encarcelarte? La mera dignidad ciudadana exige poner el freno y dejar de comprar a quien quiere ponerte entre rejas.

En los años 50 los negros de los Estados del Sur de EEUU solo podían sentarse en una zona reservada para ellos en los asientos traseros de los autobuses. El día que la costurera Rose Paker incumplió la norma y se sentó en la zona prohibida negándose a cederle el asiento a un blanco, fue agredida y encarcelada. El llamamiento al boicot fue inmediato y como respuesta ningún negro más volvería a subirse a un autobús. El boicot duró 381 días, hasta que el Tribunal Supremo declaró la inconstitucionalidad de esa segregación racial. Paker tenía 42 años cuando se convirtió en la mecha que iniciaría todo un movimiento. Cuando cumplió 90 declaró a la BBC: "*No tenía idea de que alguien se enteraría de lo que me había sucedido aquel día. Ni siquiera tenía certeza de que sobreviviría aquel día. Simplemente estaba cansada del maltrato*".

Puede que, si todos se suman, se consiga el éxito, pero, en cualquier caso, habrás logrado mantener a salvo tu integridad. Si hacen campañas publicitarias para vejarte, que no sea con tu dinero. Si demandan a tus amigos, que no sea con tu dinero.

Segundo: Habla con los músicos.

Exceptuando a los que se autodenominan brazo armado de los derechos de autor o a los que claman cárcel por esa "gentuza" que se descarga sus obras de Internet, los músicos que están en contra de las descargas no son seres diabólicos sedientos de sangre y dinero.

Si Ismael Serrano acude a un acto contra la piratería, probablemente será porque él sin-

ceramente cree que eso es lo mejor para la música y no porque quiera forrarse a cambio de que tú des con tus huesos en prisión. Recuerda que Ismael Serrano se informa, como todos, a través de los medios de comunicación convencionales, y, además, el entorno con el que se relaciona habitualmente está formado por discográficas y editores, y ya sabemos que a esos tipos no les caemos simpáticos.

Si ves que un cantante da declaraciones que te dejan al otro lado de la ley o de la ética, no hace falta que arranques sus posters de las paredes de tu habitación y que le hagas la cruz de por vida. Hay muchas posibilidades de que este músico sólo tenga una de las perspectivas del asunto y haya terminado por creerse que pretendes quitarle el pan. Intenta ponerte en contacto con él y explícale que eso que le han dicho no es así, que simplemente se trata de encontrar un modo de remuneración que sea coherente con esta nueva realidad imparable y que podemos buscarlo juntos como aliados y no como enemigos. Si a pesar de todos tus esfuerzos él sigue señalándote en los medios de comunicación como un criminal asesino de músicos, entonces ya sí: arranca los posters de ese chiflado.

Tercero: Exige tu derecho a expresarte.

Es fácil dar libertad de expresión a los que nunca conseguirán que sus palabras salgan de las paredes de su casa o del bar donde conversan con sus amigos. Hoy en día llaman libertad de expresión a la libertad que tienes de hablar sin que nadie te escuche.

Internet es de los pocos sitios que quedan para que tus opiniones lleguen más allá. Este nuevo espacio que es la Red rompe por la mitad esa idea de que los medios de comunicación son aquellos donde los señores hablan a los ciudadanos. Teddy Bautista, en una entrevista a EL PAÍS, dijo que "*antes no había asociaciones de internautas, ni comunidades electrónicas, y ahora cualquier pendejo electrónico está construyendo la nueva democracia digital*". El hecho de que cualquiera pueda dar su opinión en Internet tantas veces como Bautista da la suya en cualquier otro medio de comunicación, vuelve del revés el sistema de expresión que se tenía pensado para nosotros. La élite intelectual quiere seguir enseñando a los pendejos electrónicos y analógicos y no aceptan que algunos de sus alumnos les salgan respondones.

El Ministerio de Cultura usa tu dinero para enseñarte que eres un problema social. Sus particulares opiniones de la ley, aunque son disparatadas, y sus posturas morales, aunque a nadie le interesan, son comunicadas por todos los medios y a tu cargo. Si ya estás harto de esto exige tu parte del pastel mediático. Pide que por cada anuncio que difunda las opiniones de la ministra aparezca uno con las tuyas. Puedes escribirles aquí:

Sra. Dª. Carmen Calvo, Ministerio de Cultura, Plaza del Rey, 1, 28004, Madrid

Cuarto: Escribe a la Ministra y dramatiza.

Si estás angustiado por esas noticias tan alarmantes sobre el sector de la cultura, lo mejor es que saques la pluma y te pongas manos a la obra. Sería bueno que le escribieras a una persona preocupada por la cultura, alguien que realmente sintiera respeto por ella, alguien que la defendiera sin verse influenciada por intereses económicos. Si no encuentras a esa persona, también puedes escribirle a la ministra.

La orientación de tu carta es libre, pero puedes por ejemplo enviarle un DVD en el que estén grabados unos cuantos programas de Gran Hermano VIP, A Tu Lado, Crónicas Marcianas, La Granja y Aquí Hay Tomate. Escribe en el sobre la siguiente frase: "*¿Esto es lo que quieres para mí?*". Si es un ser humano, entrará en razón.

Quinto: Escribe en Internet y multiplica la información.
En resumidas cuentas, sigue construyendo esa "*nueva democracia digital*" donde hasta los "*pendejos electrónicos*" tienen cabida. El simple hecho de que esto le moleste a Teddy ya es suficiente razón para hacerlo, pero, además, mantiene vivo ese pequeño espacio que todavía nos queda.

Sexto: Lleva la información de Internet a la calle.
Para contrarrestar la campaña mediática a la que incita la industria es importante que lleves también la información más allá de Internet. Puedes reivindicar tus ideas con octavillas, camisetas o pegatinas. Puedes organizar jornadas sobre estos temas, manifestarte o fotocopiar y repartir libros como éste. El adoctrinamiento por parte del poder tiene que combatirse con una información vírica y contagiosa que recorra las venas de todos los medios que estén a nuestro alcance.

Séptimo: Si las cosas se ponen mal, dile adiós al ADSL.
Si miles de personas se dieran de baja de este servicio ¿cuánto tardaría Telefónica en preocuparse por el acceso a la cultura y promover leyes para su protección frente a los abusos del copyright? La ideología de las grandes multinacionales las dicta el mercado y aunque es cierto que a Telefónica le importa tanto la cultura como a las discográficas los artistas, siempre es divertido ver cómo estos dos Godzillas se pelean entre ellos.

Octavo: Busca la paz espiritual.
Es habitual que la SGAE le dé al miedo una tregua muy corta. Cuando les preguntan si van a denunciar a los usuarios de P2P, suelen contestar que no piensan hacerlo "*de momento*" o que no piensan hacerlo "*hoy*". Quizás deberías exigir ese relax que merece todo aquel que no es un criminal. Cada vez que alguien de SGAE diga que "hoy" no tienen pensado denunciarte, mándales un mail al día siguiente preguntándoles "*¡¿Y hoy?! ¡¿Y hoy?!*". Quizás así, para quitarse de encima a todos esos tipos asustados, la próxima vez digan "no pensamos este mes denunciar a los usuarios", lo que le daría al miedo vacaciones más largas y a ti la posibilidad de dormir de un tirón.

Noveno: No permitas las calumnias y las injurias.
Si eres de los que leen el periódico cada mañana, estarás acostumbrado a desayunar insultos todos los días. No solo te injurian diciendo que tienes gusanos en el cuerpo que te han comido la conciencia sino que te endosan delitos que jamás has cometido. Que comparen a millones de ciudadanos honrados con delincuentes comunes es el pan nuestro de cada día.

La ministra de Cultura dice, por ejemplo, que "*igual que no le reímos la gracia a alguien que roba un bolso en medio de la calle, tampoco podemos hacer lo mismo al que compra ilegalmente [en el Top Manta]*". De un plumazo, miles de personas han sido colocadas, jurídica y moralmente, al lado de esos tipos que te sacan el hombro del sitio para llevarse las cuatro monedas que tienes en tu bolso.

¿Qué harías si tu vecino acostumbrara a llamarte criminal en los periódicos solo porque

tiene un enchufe con su director? Probablemente acabarías denunciándolo por calumnias o, como mínimo, te defenderías de las acusaciones y exigirías una rectificación. Pues piensa esto y que no se te olvide: los ministros no son más que tu vecino (incluso diría que si tu vecino te ha prestado sal alguna vez, ya ha hecho más por ti que la mayoría de los ministros).

Décimo: Denuncia la malversación.

La campaña propagandística "Ahora la Ley Actúa" que, pasando olímpicamente de lo que dice el Código Penal, equipara la descarga de música y películas de Internet con el robo de un coche o de un bolso, ha sido pagada parcialmente con tu dinero. O al menos eso puede deducirse del sello del Ministerio de Cultura y de Justicia que acompaña al vídeo. Se deduce también de lo que consta en la memoria de 2004 de la Federación Antipiratería que, en lo que se refiere a la primera de estas campañas, dice que "*para la financiación de la producción de la campaña que se encargó a la empresa ARELOR, se contó con la colaboración de diversas asociaciones y empresas del sector. Se obtuvo igualmente, el apoyo de los Ministerios de Justicia y Cultura (ICAA)*". Según esta misma memoria, la difusión de esta campaña calificada de "interés público" por el Ministerio de Industria costó en total 2 millones de euros. Desde luego, que dos ministerios financien una campaña que se basa en difundir una mentira a sabiendas de que lo es, se parece más al delito de malversación de caudales públicos que la descarga de una película al robo de un coche.

Undécimo: Pide a los políticos que no voten leyes contrarias a sí mismos.

Los políticos no son distintos a ti. Entre bambalinas y off the record siempre suelen admitir que ellos también se descargan música de Internet. Podrías pensar que dicen eso para hacerse los enrollados como cuando tu padre hace el ridículo diciendo "*tronco*" o "*mola*" delante de tus amigos, pero no es así. De hecho la cámara autonómica de Madrid se ha visto obligada a modificar su sistema informático para impedir la descarga de vídeos y música de Internet. Los diputados se descargaban tanto material que colapsaban las líneas.

Recuerda a los políticos que no tienen por qué seguir ciegamente las directrices del partido. Pueden votar en contra de lo que dicen las altas instancias de su grupo si tienen razones para ello, y no querer votar una ley que te convierte en criminal es sin duda una de las buenas.

Duodécimo: Exige rectificaciones.

Habitualmente los medios de comunicación o las campañas propagandísticas acostumbran a difundir falsedades sobre lo que dicen las leyes en relación con las descargas de Internet. Algunas de esas falsedades ni siquiera entran en el ámbito de la interpretación que cada uno podemos hacer de la ley. Por ejemplo, robar es apoderarte de algo con ánimo de lucro y "*empleando fuerza en las cosas para acceder al lugar donde éstas se encuentran o violencia o intimidación en las personas*". Es decir, cuando la campaña "Ahora la Ley Actúa" equipara las descargas de Internet con el robo, están mintiendo. Sin más. No vale decir que han dicho "robo" porque es más fácil de entender para la gente. No se permiten las licencias poéticas cuando se está jugando con la cárcel.

Cuando por cualquier medio veas que se difunden este tipo de falsedades que te meten en el saco de los maleantes, escribe al responsable y pídele que se retracte de esa información incorrecta que te calumnia. De una carta puede que pasen. De mil, tal vez no.

MANUAL PARA EMPRESARIOS FORRADOS Y SUS DEFENSORES: APRENDE A HABLAR CON UN PENDEJO ELECTRÓNICO

MANUAL PARA EMPRESARIOS FORRADOS Y SUS DEFENSORES: APRENDE A HABLAR CON UN PENDEJO ELECTRÓNICO

Como todos ustedes saben, compañeros millonarios, los pendejos electrónicos son esos consumidores que se pasan el día enganchados al ordenador. Suelen ser personas (porque en el fondo todos lo somos) que están obsesionadas con los videojuegos y que carecen de amigos. Desgraciadamente los hay peligrosos y si algún día nos vemos obligados a compartir una mesa redonda con ellos existen posibilidades de que nos pongan en un aprieto. Aquí tienen un sencillo manual para aprender a replicar sus argumentos más habituales.

Argumento número uno: "La cultura debe ser para todos".
Bien, estamos ante el típico comunista. El propio Bill Gates los calificó así (Bill Gates, por si alguno carece de conocimientos de informática, es el que creó los ordenadores, Internet, el mando a distancia y en general todos los aparatos que tienen botones).

Sé que de lo que tienes ganas es de destrozar el pescuezo de esta comadreja. Todos queremos. Pero debes controlarte. Simplemente dile que como las viviendas también tienen que ser para todos, por qué no te regala él la suya. Aquí todo el público se reirá (si alguien no se ríe quédate con su cara).

Argumento número dos. "Hay que adaptarse a los nuevos tiempos: deben buscarse medios alternativos para remunerar a los músicos".
¡Los músicos! Y esos qué nos importarán. Queremos medios que nos remuneren a nosotros, que ni somos músicos, ni conocemos a ninguno, ni nos gusta la música (somos responsables de que Enrique Iglesias sea un número uno, así que imagínense).

Por supuesto esto no se puede decir porque te mostrarías tal y como eres. Simplemente dile que esos medios alternativos no existen y que son una excusa para poder robar (en este momento cambia rápidamente de tema no vaya a ser que le dé por enumerarte los medios esos que a nosotros ni nos van ni nos vienen).

Argumento número tres. "Los conciertos de música popular han aumentado en cinco años casi en un 80%".
En nuestro anterior manual teníamos como respuesta aquello de que el aumento de los directos era debido al fenómeno Operación Triunfo, pero este año hay que cambiar de cantinela porque ya nadie se acuerda de ese programa y los directos siguen en alza. Nuestros expertos siguen pensando cuál sería la respuesta adecuada. Mientras la encuentran te recomiendo que uses el comodín número uno y que consiste en decir: "*lo que pasa es que tú estás en contra de la cultura*". Dilo con fuerza y convicción, como si te estuvieran quitando un trozo de alma o de saldo de tu cuenta corriente (valga la redundancia). Si lo dices bien incluso puede que arranques unos cuantos buenos aplausos (ten cuidado y no sobreactúes mucho con esta frase. Algunos se pasan con los gritos y dejan al público congelado del susto y no hay nada más embarazoso que esperar claramente un aplauso y que te dejen con un palmo de narices como le suele pasar a Ramoncín en Crónicas Marcianas).

También puedes optar por achacar el aumento de los conciertos a la magia. Pedro Farré, te lo muestra con maestría en una entrevista donde el periodista Nacho Escolar le pregunta-

ba si creía que el hecho de que hoy se consumiera más música grabada que nunca, original o copia, ha provocado que aumente la demanda de música en directo:

Pedro Farré: No, nosotros no hacemos esa interpretación. Nosotros lo que creemos es que en la vida está cada vez más presente la música. La música es cada vez más significativa en la vida de las personas. La música es cada vez más importante. Ello ha traído consigo que, por ejemplo, haya cada vez más revistas que se dedican a la música en los kioscos. O que cada vez haya más conciertos. Cada vez la gente consume más música.

Argumento número cuatro: "No hay delito si se carece de ánimo de lucro".

La respuesta es sencilla: el lucro es cualquier beneficio o utilidad que algo te reporte y no solo ganar dinero (**Nota**: si te ríes mientras lo dices pierdes credibilidad). Ten cuidado con algunos listillos. Los hay que llevan extractos de libros de Derecho y se te ponen a leértelos allí mismo. Ante este juego sucio, debes decir varias veces que con esa lectura está aburriendo al personal con toda esa palabrería jurídica que nadie entiende. ¡No creas que no funciona! La última vez que lo hicimos fue en la mesa redonda que organizó Defunkid de laMundial.net y conseguimos que el pesado ese de las gafas se callara de una vez. Es cierto que decir esto es casi afirmar que el público es gilipollas, pero no te preocupes porque, si no lo son, no se darán por aludidos y, si lo son, no se darán cuenta del insulto. En cualquier caso ellos ya te odian así que juegas con la ventaja de no tener que mantener tu reputación.

Argumento número cinco: Los discos son caros.

Los pobretones siempre están con lo mismo. Nosotros pensamos como el presidente de EMI, Alain Levy, que opina que "**el precio es irrelevante. El consumidor tiene derecho a no comprar un disco compacto en las tiendas, nadie le fuerza a ello**". Excelente. Si está caro, pues no lo compres, pero déjanos seguir vendiéndoselo a los que no son unos muertos de hambre. Sin embargo, aunque el argumento es irreprochable, hemos comprobado que esta salida hace enfurecer a los pendejos que enseguida se ponen histéricos a lloriquear lo del acceso a la cultura y todo eso.

Para solucionar este punto, nuestros expertos han confirmado que lo mejor es usar las comparaciones. Un disco es caro ¿comparado con qué? La respuesta correcta sería "**comparado con mi sueldo**", pero casi nadie suele acertarla y se les suele ocurrir cuando están en casa y ya es demasiado tarde. Que no te importe que hayas estado manteniendo durante horas que la música es cultura y que se la está maltratando. Llegados al punto del precio, música y cultura no deben aparecer nunca en la misma frase. En el terreno del precio, la música puede compararse con lo que quieras. Degrádala todo lo que puedas para justificar que sea cara.

Nuestros chicos ya están aplicando este consejo con excelentes resultados. Aquí tenéis unos buenos ejemplos:

Paula Molina: Los discos son caros comparados ¿con qué? ¿Cuánto vale un perfume o una barra de labios, que se acaba gastando? Un disco es para toda la vida.

Pedro Farré: Las cosas no son caras o baratas en abstracto. Lo son cuando se comparan con otras cosas. ¿Con qué comparamos el precio de un disco? ¿Con unas zapatillas fabricadas en Taiwán que se hacen por cuatro pesetas y que luego se venden por 100 euros aquí?, ¿con una camiseta deportiva?, ¿con un whisky un sábado por la noche?

Teddy Bautista: ¿Es caro el disco?.¿Es caro el videojuego? ¿Es caro el fungible que tengo que comprar para que funcione mi impresora? ¿Son caros los programas que yo tengo que comprar y aceptar el contrato de usuario de software? Eso es muy relativo.

Víctor Manuel: Que un disco cueste 2.500 pesetas no me parece caro. Está el trabajo de mucha gente detrás. Lo que sí me parece caro, y nadie se queja, es que te vendan una Coca-Cola a 500 pesetas en un bar.

Pueden comparar la cultura con zapatillas, whisky, Coca-Cola… No se preocupen. Eso sí, no olviden que cuando pidamos que se ponga a los discos el IVA correspondiente a la cultura pueden comparar a Bisbal con Mozart si hace falta. No mezclen las estrategias. No quedaría bien pedir bajar el IVA de algo diciendo que es comparable con el "**fungible de la impresora**".

Argumento número seis: "Tenemos derecho a la copia privada".

Ya sabes lo que ideó nuestro departamento jurídico: la copia privada es la que se hace de tu propio original para escucharlo en el coche. Si te dicen que lo del original no viene en la ley, les dices: "¡Si te parece el legislador te lo va a poner todo masticadito!". Si siguen por ese camino repite la estrategia que usamos con el gafas y que hemos explicado arriba.

Argumento número siete. "Desde que mi primo usa las redes de pares es otro: ahora escucha a Bob Dylan, no para de leer y va de concierto en concierto".

Este es el típico argumento del pesado de siempre y el empollón asqueroso de su primo. Esto es más complicado de contestar porque nos lleva a un terreno desconocido. Es decir, nos están cambiando de tema porque nosotros hablábamos de consumidores y no de personas. ¿Qué podemos hacer para que no parezca que eludimos el ataque? Pues bien, cuando estés en situaciones en las que no sepas qué responder simplemente resopla mirando al cielo mientras pones los ojos en blanco. Ese gesto significa: "**eso es tan tonto que ni te voy a responder**", y es el comodín número dos para quitarte de encima un argumento que te resulta incómodo de contestar. Puedes usar el comodín del gesto de los ojos en blanco varias veces en una misma charla, sin embargo no está recomendado abusar de esta salida (nuestro jefe hizo el truco de los ojos en blanco 27 veces seguidas en su último debate y el público pensó que era epiléptico).

Argumento número ocho. "Los medios de comunicación solo muestran uno de los puntos de vista del conflicto y siempre que se refieren a nosotros es para insultarnos gratuitamente".

Eso es radicalmente falso. Nosotros pagamos a esos medios sumas millonarias con nuestra publicidad así que es una falacia que los insultos sean gratuitos. No tenemos culpa de que esos pendejos electrónicos sean unos muertos de hambre y que solo puedan escribir sus opiniones en un fanzine o en foros de Internet. Ya está bien de quererlo todo gratis. ¡Quien quiera manipulación profesional que se la pague!

Argumento número nueve. "Hay informes que demuestran que lo que usted dice no es cierto".

En ocasiones estos tipos van pertrechados de informes que refuerzan sus tesis. Tú debes combatir con la misma moneda. Los tengas o no, existan o no, tú haz referencia a "**otros informes**" que te dan la razón a ti. Si alguno de esos informes hace referencia al Top Manta y de lo que se habla en el debate es de Internet, tampoco importa. Nadie se va a leer el tocho

y si lo hacen, cuando te descubran, tú ya estarás a miles de kilómetros de distancia bebiendo un brandy y disfrutando tu victoria.

El comodín de los informes es de gran utilidad para cualquier ocasión. Cuando te encuentres en un callejón sin salida tú simplemente grita fuerte "*¡hay informes!*" y saldrás del aprieto con facilidad.

Argumento número diez. "Esta afirmación con la que usted no está de acuerdo, es suya".
MUCHO CUIDADO CON ESTE TRUCO. Hay un listillo gafotas que se dedica a leernos declaraciones escandalosas y que, cuando manifestamos no estar de acuerdo con ellas, nos escupe a la cara que son nuestras y que las ha sacado de nuestra propia página web. Este juego sucio que nos impide mantener tres o cuatro posturas paralelas y diferentes entre sí, debe ser eficazmente neutralizado.

Cuando te suelten algo así, debes reaccionar rápidamente y asegurar rotundamente que esa declaración está descontextualizada. Que no te importe que el significado del extracto sea demasiado obvio y comprometido. Tú, simplemente, di que está descontextualizado. Si el gafas te lee el contexto, tú di: "*descontextualizado*". Repitan conmigo: DES-CON-TEX-TUA-LI-ZA-DO.

Les exponemos dos ejemplos prácticos.

El primero corresponde al programa Enfoque de La 2 de TVE. En el mismo, se sostuvo un diálogo con el pirata David Bravo y el presidente de la SGAE, Teddy Bautista. Vean la maestría del segundo a la hora de aplicar este consejo.

El pirata: Los que descargan de Internet una obra no están cometiendo un delito porque se exige ánimo de lucro, como usted sabe, señor Bautista, y tampoco están contrariando la Ley de la Propiedad Intelectual porque, y leo, "*un usuario particular no tiene que solicitar autorización del autor de una obra musical o audiovisual cada vez que graba la misma siempre que sea para uso propio y sin que vaya a ser objeto de negocio*". ¿Está usted de acuerdo [señor Bautista] con esta definición?
Teddy Bautista: Vamos a ver, en primer lugar…
El pirata: ¿Está usted de acuerdo con esta definición o no?
Teddy Bautista: No, no estoy de acuerdo.
El pirata: Pues es suya porque es de la SGAE,… es de la página web de la SGAE…
Teddy Bautista: Usted está descontextualizando una declaración…

¿Lo ven? Excelente. Es un profesional. Obviamente esa declaración es tan evidente que no puede cambiar de significado sea cual fuere el contexto, pero eso no importa. En estos programas el tiempo es oro, así que el pirata éste no se va a poner a leer el contexto de la declaración porque los productores lo sacarían de allí y lo torturarían en unas salas pequeñas que todas las televisiones tienen destinadas al efecto.

Dos semanas después de este debate, el mismo pirata, fue al programa Mejor lo Hablamos, de Canal Sur. En él, Pedro Farré, conocido jurista de SGAE, nos demuestra una vez más la eficacia de este truco. Aquí tienen la transcripción del diálogo que, como la anterior, es absolutamente fiel a lo que pudo verse en televisión.

El pirata a Farré: "No me voy a meter con la SGAE, es solo para hablar sobre la opinión que ella tiene. Hay una leyenda urbana que dice que todas las copias que se hacen para uso privado son un ejemplar menos que se vende, eso es absolutamente…".

[Farré niega con la cabeza]

El pirata: ¿No lo dice la SGAE?

Farré: (con convicción) No, jamás hemos dicho eso.

El pirata: Página web de la SGAE (levanta una página impresa y aplausos de los pendejos electrónicos del público).

Farré: No, no… (Vean qué agilidad en la respuesta, es imposible pillarlo desprevenido).

El pirata: (comienza a leer) "Es obvio…".

Farré: No, no…

El pirata: ¿Puedo terminar?

Farré: Este señor descontextualiza las afirmaciones cada vez que tiene oportunidad.

El pirata: "Es obvio que cada vez que se hace una copia para uso privado se deja de vender un ejemplar del mismo", página web de la SGAE.

Farré: No, eso no es así… Vamos a ver, el informe, el informe…

Como ven la palabra clave saltó como un resorte en el momento adecuado. Un diez para estos chicos.

BONUS TRACK: Aquello que nunca debes decir o hacer en una mesa redonda

Hemos pedido a un pendejo electrónico que nos diga qué es aquello que a su juicio nunca se debe hacer en una mesa redonda. Tomando como ejemplo la charla organizada por Defunkid en Barcelona esto es lo que recomienda:

- Nunca te dejes llevar por los tópicos diciendo barbaridades del tipo "*¡pero cómo que compartir cultura en Internet! ¡Pero si Internet se usa para ver porno!*". Advertir que este tipo de intervenciones, aparte de abucheos, pueden traer la no deseable consecuencia de revelar íntimas aficiones.

- Otro buen consejo es que por muy enrollado que quieras parecer y por muy tronchante que creyeras que era cuando lo ensayabas en la ducha antes de venir a la mesa redonda, jamás digas que los temas que tratan con pasión los demás contertulios "*te la sudan*". Puede que a ti te parezca de una sinceridad encomiable digna del mayor de los aplausos, pero lo cierto es que hay que evitar, en la medida de lo posible, desvelar que estás incapacitado para un debate porque las opiniones ajenas sencillamente te traen sin cuidado. Igualmente no es recomendable bostezar ostensiblemente durante el transcurso de la intervención de un compañero, algo que puede hacerse extensivo a otros gestos inapropiados como repantigarte en la silla mirando al cielo como esperando a que Dios te salve de la tortura de no escucharte a ti mismo o agarrarte desesperado la cabeza con las dos manos como si hubiese uno de los de la película "*scanner*" entre el público haciendo de las suyas con sus poderes psíquicos.

- Si vas a un debate es necesario preparar algo de lo que vas a decir. Para ello es recomendable hacer unas lecturas sobre los temas que van a debatirse. Si no tienes tiempo o si la lectura no es tu hobbie favorito, encárgate al menos de leer el programa de las jornadas

para saber de qué se ha previsto hablar. Aunque el título "*Tengo una Banda ¿y ahora qué?*" es cierto que es excesivamente largo y puede llegar a agotar si se lee de una sola sentada, es harto recomendable que al día siguiente, una vez descansados los ojos, intentes completar la lectura del programa preparado. De no ser así puedes terminar pensando (o peor: diciendo) que tus compañeros se han vuelto locos y están hablando de lo que les da la gana o que se han colado como intrusos para tratar temas que no se deducen del título. Recuerda: aunque no te paguen hay que hacer este pequeño esfuerzo.

- Si mantienes que hay 4 millones de delincuentes en tu país porque mal usan las redes de pares, es tu deber explicar por qué piensas eso y en qué leyes te basas. No sirve como excusa que no lo quieres tratar porque la ley es un tema aburrido para el público y que solo es digerible por tipos con corbata, medio calvos y de nariz aguileña. Aclarar también que si alguien mantiene la postura contraria a esa ilegalidad y quiere explicar sus razones no está bien visto que a los 2 minutos de intervención exclames desesperado: "*¡Por favor!*" para que se calle de una vez y te deje hablar a ti. Debes entender que hay gente aburrida y desocupada a la que le preocupa que digan que millones de personas van a pasar sus noches compartiendo litera con tipos tan peculiares y con una dieta alternativa tan rompedora como la del caníbal de Rotemburgo. Intenta, por tanto, y en un gesto de tolerancia, respetar este absurdo interés, aguardando pacientemente a que acabe el pesado de turno para después poder tú pasar a analizar tu preocupación de por qué no se incluyen críticas de cortometrajes en las revistas especializadas.

Y no, definitivamente y por mucho que te empeñes, el whisky no es a una mesa redonda lo que el Aquarius al atletismo.

QUE EL MERCADO VENGA A MAHOMA

QUE EL MERCADO VENGA A MAHOMA

Tal y como se explica en el libro Free Culture, cuando los hermanos Wright inventaron el aeroplano, las leyes estadounidenses, redactadas en los tiempos en los que la posibilidad de volar era ciencia ficción, establecían que el dueño de una propiedad poseía, además de la superficie, todo lo que hay arriba "*hasta una extensión indefinida*".

Esta ley que extendía teóricamente la propiedad hasta las estrellas y más allá, chocaba con la nueva realidad que suponían los aviones. Estos aparatos, inimaginables hacía solo unos pocos años, violaban el derecho de propiedad cada vez que sobrevolaban tierras ajenas.

Los granjeros Thomas Lee y Tinie Causby, estaban enojados porque los aviones militares volaban demasiado bajo, así que demandaron al gobierno por allanar sus propiedades. El Tribunal Supremo admitió que existía la doctrina que establecía que "*la propiedad se extendía hasta la periferia del universo*" pero dijo que esa doctrina no tenía cabida en el mundo moderno. Para el tribunal "*el sentido común se rebela ante esa idea. Reconocer semejantes reclamaciones privadas al espacio aéreo bloquearía estas autopistas, interferiría seriamente con su control y desarrollo en beneficio del público, y transferiría a manos privadas aquello a lo que solamente el público justamente tiene derecho*".

Cuando en 1933, Amstrong inventó la radio FM que superaba con creces la calidad de la AM, a la RCA, para la que Amstrong trabajaba, no le sentó demasiado bien. El presidente de esa compañía explicó el motivo de su enfado: "*Pensaba que Amstrong inventaría algún tipo de filtro que eliminara la estática de nuestra radio AM. No pensaba que empezaría una revolución, que empezaría toda una maldita industria que competiría con la RCA*".

Las presiones legales y económicas que llevó a cabo la RCA para que el invento no saliera adelante fueron tan asfixiantes que en 1954, Amstrong, tras un lustro de litigios y en la más absoluta bancarrota, le dejó una nota a su mujer y después saltó por la ventana.

Las dos historias tienen un denominador común evidente: un nuevo invento que beneficia al interés público choca con un interés privado. La única diferencia entre la primera y la segunda historia es que la RCA tenía algo de lo que los Causby carecían: un montón de pasta.

La industria discográfica, con una facturación según Courtney Love de 40.000 millones de dólares anuales, está empeñada en que los nuevos aviones no sobrevuelen sus propiedades. Ya son más de 150.000.000 de personas las que lo hacen en todo el mundo, y entre la alternativa de perseguirlos y la de adaptarse a la nueva realidad, la industria se decanta por morir matando. Este negocio que es amenazado por el contratiempo de que estamos en el siglo XXI pretende sostenerse a base de miedo, adoctrinamiento y demandas en una batalla perdida que intenta el imposible de congelar el tiempo.

Cuando se habla de buscar alternativas para la remuneración del trabajo de los autores, algunos músicos reaccionan como Teo Cardalda, que dice que le parece escandaloso que alguien se empeñe en decirle cómo debe ganarse la vida. En realidad, el único que se

empeña en decírselo es el calendario que marca el año 2005. Si recomiendas a un amigo que se olvide de su pretensión de ser taxista conduciendo un troncomóvil, él podría reprocharte que te estás metiendo en su forma de ganarse el pan, pero eso no impedirá que termine en la ruina económica en poco tiempo. Independientemente del debate en torno a si está bien o mal el intercambio en Internet, la realidad es que ese intercambio existe y que nada hace indicar que vaya a desaparecer. Cada demanda contra estas redes ha supuesto un incentivo excelente para que los programadores las mejoren y las blinden.

Lo que no esperaba la RIAA cuando acabó con Napster es que éste dejara descendencia. No solo no consiguieron acabar con el intercambio, sino que este ataque motivó la multiplicación de las redes P2P y de sus usuarios.

Considerar que es imposible de frenar esta realidad no es cantar victoria antes de librar batalla, sino que los mismos fundamentalistas del copyright lo reconocen. En EEUU, donde las multinacionales han sido pioneras en la mala estrategia de marketing que supone demandar a sus clientes, parece que empiezan a darse cuenta de que el tren es imparable. Un grupo de especialistas comisionado por Microsoft dijo que la batalla contra las descargas de música "*está perdida*". Cary Sherman, presidente de la RIAA, dice que "*no hay forma de combatir las descargas de música*". La única razón por la que siguen interponiendo demandas a adolescentes no debe ser entonces la de procurar parar lo que reconocen imparable sino la que a veces se les escapa entre declaración y declaración. Matt Oppenheim, vicepresidente de la misma asociación, se frota las manos mientras dice que están recibiendo "*un montón de llamadas*" y que prevén "*alcanzar muchos acuerdos extrajudiciales*". El hecho de que sean ciudadanos honrados a los que les están dando la alternativa del tribunal o la bancarrota a pesar de que saben que eso no arreglará nada, no parece importar a aquellos que solo entienden la frase "*maximización del beneficio*".

El 20 de Octubre de 2004, Alejandro Amenábar dijo que a día de hoy lo que más le preocupaba era "*el fenómeno de la piratería*". Para el director, los avances tecnológicos "*han creado un monstruo: la capacidad cada vez más rápida y exacta de copiar una obra con un coste mínimo. Esto, por más que se intente justificar desde algunos sectores, rompe las reglas del juego y pone en peligro la pervivencia de nuestro oficio*".

Las reglas del juego a las que se refiere el director son concretamente las reglas del juego que impuso una industria que tenía el monopolio de esos instrumentos capaces de hacer copias rápidas y exactas de una obra. Esas reglas del juego decidían la cultura que iba a producirse, dónde se iba a distribuir y, mediante el precio, qué sector social iba a poder acceder a ella. Esas son, precisamente, las reglas del juego que hacen que la cultura sea para quien pueda pagarla.

Las reglas del juego, al contrario de lo que Amenábar cree, no son mandatos divinos escritos con sangre sino que son creadas por los seres humanos y, tal y como las hicieron, pueden deshacerlas. Esas reglas que excluyen a la mayoría no casan bien ni con el momento tecnológico en el que vivimos ni con la mentalidad de los ciudadanos que han terminado por reivindicar que o jugamos todos o rompemos la baraja.

El monstruo al que se refiere el director no es nuevo. En 1908 lo fueron los rollos de piano, un sistema de cartuchos perforados que mediante un determinado dispositivo tocaba música automáticamente. La editora musical White-Smith demandó a Apollo Co, responsable de esta nueva amenaza que acabaría con la música y que, en aquel momento, rompía las reglas del juego.

En 1983, Jack Valenti, el que fuera presidente de la MPAA, dijo en el Congreso en referencia al vídeo casero que "*la creciente amenaza representada por esa nueva tecnología pone en peligro la vitalidad económica y el futuro de toda nuestra industria. Esa nueva tecnología es al productor de cine y al público americano lo que el estrangulador de Boston es a la mujer que está sola en casa*". La capacidad para hacer comparaciones graciosas no se agotaba con esas declaraciones, Valenti también usó ese recurso cuando hizo una de esas profecías apocalípticas sobre el vídeo casero y que tanto le gustan a la industria: "*cuando haya veinte, treinta, cuarenta millones de estos aparatos en este país, seremos invadidos por millones de tenias, que devorarán el mismo corazón y esencia de la propiedad más preciosa que tiene el dueño de copyright, su derecho de copia*".

Valenti es un hombre moderno y se actualiza ante las nuevas amenazas. A pesar de que el vídeo casero no devoró el corazón de nadie, convirtiéndose en cambio en el mayor negocio de la industria del cine hasta la fecha, el bueno de Jack ahora está seguro de acertar con su nueva predicción. Con su estilo particular combina profecías con amables comparaciones cuando dice que la piratería es "*su propia guerra contra el terrorismo*". Tio Jack te advierte: "*una vez que las líneas [de banda ancha] y los abonados al acceso rápido empiecen a aumentar, nos puede aterrorizar lo que está ocurriendo. ¡Cuidado, Estados Unidos!*".

El miedo, el insulto y la criminalización han sido siempre la estrategia favorita de la industria ante cualquier avance que pusiera en duda su modelo de negocio. Los nuevos inventos que cambian el estado de las cosas son las representaciones de un demonio que hay que eliminar rompiendo a la máquina. Para Eric, de Los Planetas, el mayor deseo que podía pedir para el año 2003 era que le cortaran la cabeza "*al que comercializó el aparato de grabar CDs*" y que se la trajeran "*encima de un disco pirata*".

La animadversión viene de antiguo. Cuando en los años 70 comenzó a generalizarse la práctica de la copia de casetes, la industria hizo todo lo posible por frenar tan peligrosa costumbre. A los que hoy seguimos de cerca la persecución de las copias hechas desde Internet, la campaña que se hizo para frenar a las de casete nos resulta familiar. En ella se incluían dos tibias cruzadas y un sucinto mensaje: "*Las grabaciones caseras están matando la música*".



FRASES CÉLEBRES

"La creciente amenaza representada por esa nueva tecnología pone en peligro la vitalidad económica y el futuro de toda nuestra industria".

Declaraciones de Jack Valenti, expresidente de la Motion Picture Association of America, en el Congreso de los EEUU en relación con la aparición del video casero (año 1983).

* * *

"Internet es el gran Tsunami que representa la ola que se nos viene encima y que se nos puede llevar por delante".

José Manuel Tourné presidente de la Federación Antipiratería en las fechas en las que el Tsunami acababa de dejar miles de muertos.

* * *

"La piratería es como el SIDA para este sector".

Luis Hernández de Carlos, presidente de la Federación de Distribuidores cinematográficos (FEDICINE), en la presentación de la campaña "Ahora la Ley Actúa" centrada en el intercambio en Internet.

EN LA BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS

EN LA BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS

Hay quien piensa que los autores deberían crear solo por amor al arte sin necesidad de remuneración. Pero, si eso fuera así, la mayoría de las personas solo podrían dedicarse a la creación en el tiempo libre que les deja el trabajo, cuando algo les deja.

Es cierto que el dinero no es la motivación principal de los autores, pero eso no cambia el hecho de que sí lo sea para que el carnicero te venda su carne o para que el casero te mantenga el arriendo. También es verdad, como dicen muchos en Internet, que Cervantes era pobre y que eso no impidió que escribiera El Quijote. Pero, por un lado, muchos cervantes no fueron tan valientes como Cervantes y los perdimos por el camino y, por el otro, nadie en su sano juicio desea esa vida para los creadores solo porque el manco de Lepanto fuera capaz de resistirla.

El hecho de que Van Gogh fuera pobre y a pesar de todo hiciera obras inmortales no es una explicación que abarque la generalidad de las situaciones posibles. Ese argumento hace regla de las excepciones.

En España el intento de procurar la remuneración del autor sin frenar el acceso a la cultura se encuentra en la imposición de un canon a cada soporte idóneo para grabar obras intelectuales. En septiembre de 2003 ese canon se amplió a los CD-r, lo que desató una polémica sin precedentes en la Red. En los compactos vírgenes no solo se hacen copias privadas de obras intelectuales, sino que se pueden grabar desde documentos personales hasta copias de seguridad de software. El pago indiscriminado tiene como resultado que cada vez que compramos un CD-r paguemos una remuneración a los autores, artistas y productores aunque no lo utilicemos para grabar ninguna de sus obras.

Los usuarios de Linux, entre otros, han protestado porque cada vez que graban ese sistema operativo en un compacto pagan lo que no deben. Eso que a todas luces es algo injusto, ha intentado ser explicado de diversas maneras por parte de los defensores de ese tipo de remuneración. José Neri, presidente de la Sociedad Digital de Autores y Editores, lo explicó así en una entrevista:

"¿De qué estamos hablando? Estamos hablando del castigo a un colectivo cariñoso con la sociedad, que hace música para divertir a los demás y que están siendo maltratados [...] Al linuxero, porque le cueste un disco 115 pesetas en lugar de 80, pues no le va a pasar nada".

El argumento era potente pero la mayoría de la gente sigue pensando que no debe pagar a alguien si no ha copiado su obra por muy cariñoso que sea.

Pero si el canon no es un buen sistema y provoca un rechazo social, habrá que buscar otro modo de remuneración que, acorde con los tiempos en los que vivimos, permita vivir dignamente a autores y artistas. Es decir, estar en contra del canon no es estar en contra de la remuneración de los autores, sino que únicamente significa que se rechaza un concreto modo de compensación.

ACAM publicó un artículo en su web al que tituló "*No al canon, ¿nueva limpieza étnica?*". Para los que creen que un solo modelo es posible, las alternativas son o estar de acuerdo con el canon o estar de acuerdo con que los autores se mueran de hambre. Nadie lo

expresa mejor que Caco Senante para el que "*defender que soportes y equipos no incluyan en sus precios unas pequeñas cantidades adicionales significaría estar de acuerdo con la desaparición del autor*". La difusión de la idea de que los que no están a favor del canon, están a favor del exterminio de los autores, no ayuda a que entre todos imaginemos un nuevo modelo que satisfaga a los que crean cultura y a los que acceden a ella.

La Renta Básica

Los modelos económicos no son impuestos desde los cielos a la tierra sino que los hacen y deshacen los seres humanos. Cuando se pone en duda la efectividad de las reglas que rigen actualmente, muchos se santiguan porque creen que se alteran las leyes de la naturaleza o los mandamientos de Dios. Las alternativas a lo establecido son blasfemias para algunos y utopías para otros. Uno de los mayores éxitos del pensamiento único es el de convertir en inconcebible lo que se salga de sus estrechos límites. Sueño de locos sería la propuesta de la Renta Básica, como sueño de locos fue el sufragio universal, la abolición de la esclavitud o la consagración de la libertad de expresión.

La Renta Básica es "*el derecho que tiene cada ciudadano a percibir una cantidad periódica para cubrir sus necesidades materiales, sin ninguna condición que lo limite. Es decir, únicamente por el mero hecho de nacer, por la singular razón de existir, la sociedad está obligada a proporcionar a cada ser humano los medios materiales que garanticen el bienestar social que necesita para sobrevivir con dignidad*[14]".

En este sistema, trabajar es un derecho que permite la mejora de tus condiciones de vida pero no es una obligación. Este derecho, que burla el castigo divino de ganarte el pan con el sudor de tu frente, se otorgaría a todas las personas, ricas y pobres, y sin necesidad de que tengan un empleo o lo hayan tenido.

El salario, que es el cuchillo en el cuello que nos obliga a aceptar trabajos que nadie quiere y a rechazar el desarrollo de nuestra vocación por tener pocas salidas laborales, se presentaría ahora como el modo de mejorar nuestras condiciones de vida pero no ya como el modo de mantenerlas. Los trabajadores ya no tendrían por qué aceptar cualquier condición laboral por penosa que sea. Del mismo modo, los trabajos más sacrificados tendrían que aumentar su retribución porque ya su aceptación no estaría condicionada a la amenaza del plato de comida en la mesa.

Los autores podrán dedicarse a crear sus obras y los que hoy no se atreven a ejercer ese oficio al que le tienen ganas se animarían a tirarse a una piscina que ya no está vacía. Teniendo garantizada su subsistencia, las remuneraciones generadas por sus obras serán solo un añadido para vivir mejor.

La Renta Básica resulta tan novedosa y rompe de una forma tan radical las concepciones de las relaciones económicas que nos han inculcado, que la primera reacción al conocer su propuesta es que es poco menos que una fantasía. Que nadie trabajará teniendo esa remuneración básica o que resulta inviable financieramente es lo primero que suele objetarse.

La Renta Básica solo garantiza tu subsistencia digna y su cuantía se fija en la que está definida como el umbral de pobreza, pero nada más. Las aspiraciones de los seres

(14) "Todo Sobre la Renta Básica". José Iglesias Fernández , Josep Manuel Busqueta y Manolo Sáez Bayona.

humanos no terminan en comer y dormir. Tu ordenador, Internet, el cine, el teatro, las vacaciones o las cenas con tus amigos solo pueden ser pagadas trabajando. Son muy pocos los que se contentarían con no trabajar y subsistir con lo básico.

La viabilidad financiera de la Renta Básica ha sido debatida y estudiada rigurosamente. No se trata de pedir lo que no se puede dar, sino que la avalan estudios económicos con el suficiente peso como para que se esté planteando en la actualidad como alternativa seria a tener en cuenta. El 20 de Abril de 2005 la Fundación Jaume Bofill presentó un estudio que confirmaba que una reforma en profundidad del IRPF "*permitiría que todos los ciudadanos de Cataluña cobraran una renta básica de ciudadanía de 5.414 euros anuales*".

Según informó EFE el 14 de Mayo de 2005, el PSOE "*cree necesaria la creación de una subcomisión en el seno de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales del Congreso para estudiar la viabilidad económica de una renta básica universal*".

La Renta Básica sería un incentivo para que muchos autores desarrollaran su vocación sin miedo a no obtener una remuneración suficiente que cubra sus necesidades mínimas. Sin embargo, esto, por mucho que beneficie a la cultura multiplicando a los que la crean, no responde a la pregunta de cómo pagar las concretas actividades creativas. Teniendo en cuenta que todo parece indicar que el actual modelo de remuneración ha entrado en crisis, puede que sea la hora de pensar en alguna alternativa.

Modos de remuneración indirectos.

El periodista Nacho Escolar tiene un blog en Internet. Su página no es visitada por decenas de miles de personas, pero sí tiene los suficientes lectores como para que la publicidad le deje algún dinero mensualmente. A pesar de que solo dedica a su blog el tiempo que le deja su trabajo como periodista, Escolar calcula que si las visitas siguen aumentando del modo en el que lo hacen hasta ahora, en poco tiempo podría vivir de escribir en Internet.

Dejando a un lado los peligros que la publicidad pueda tener para la independencia en medios masivos, lo cierto es que éste es solo un ejemplo de que ofrecer contenidos gratuitos no significa trabajar gratis. Como tampoco trabajan gratis los periodistas del 20 Minutos, los locutores de la radio o los actores de las series de televisión, a pesar de que tú los disfrutes sin pagar nada en unos casos o pagando de un modo indirecto en otros.

Son muchos los músicos que, aprovechando lo relativamente barato que es hoy en día grabar un disco, siguen un sistema parecido al de Nacho Escolar y han decidido colgar su música en Internet procurando que su difusión les genere ingresos indirectos. Estos autores y artistas, que por lo general llegan a la Red por haber sido apartados por la industria discográfica, nacen gracias al mismo invento al que las multinacionales culpan de la muerte de los grupos o solistas noveles.

El hecho de colgar tu obra en Internet significa que no cobrarás por cada descarga pero no que no obtendrás ningún tipo de remuneración. Tal y como cuenta el libro "*El Derecho de Autor en Internet*" en su reseña de "*An Artists Entry Into Cyberspace*", son muchos los que, buscando una remuneración indirecta, han decidido difundir sus obras desde páginas webs fomentando las descar-

gas para uso personal. Grateful Dead, Billy Idol, Alanis Morrisette, Eric Clapton y David Bowie son solo unos pocos ejemplos de músicos que han puesto obras en la Red para su descarga gratuita[15].

Según este mismo libro, "El Derecho de Autor en Internet", Warner Bros mantuvo un sitio web desde el que se podía acceder gratuitamente a obras en formato DVD dejando la posibilidad de pagar una suscripción a cambio de recibir servicios de valor añadido como entrevistas o imágenes del rodaje. El acceso gratuito se presenta así no solo como compatible con el acceso de pago, sino incluso como su promotor[16].

Las licencias Creative Commons.

Ya son muchos los que han decidido adoptar este tipo de licencias que, frente al "*todos los derechos reservados*", plantea el "*algunos derechos reservados*". Eso no supone una renuncia de los derechos de autor sino un modo diferente de ejercerlos. El hecho de que la propiedad intelectual tradicional, aplicada a este contexto tecnológico, es más un obstáculo que una ayuda, justifica el cambio.

Las licencias Creative Commons, que ponen alas donde el copyright restrictivo ponía candados y grilletes, no solo favorecen el acceso a la cultura, sino que, al permitir que los creadores puedan basarse en obras anteriores con mayor libertad, favorecen a la creación misma.

Teniendo en cuenta que, a excepción de la venta de discos, todos los modos de explotación de la música están aumentando en la misma proporción en la que crecen los fanáticos de la música, no sería descabellado pensar que para muchos es un buen negocio difundir sus obras en Internet y cobrar con la venta de licencias individualizadas, con los beneficios obtenidos por la comunicación pública o con el merchandising.

El problema es que los derechos de remuneración son de gestión colectiva obligatoria y, si los quieres ejercer, debes asociarte a una entidad de gestión, lo que hoy supone la imposibilidad de tener una licencia Creative Commons. Eso no ha impedido que un gran número de músicos opten por este tipo de licencias, pero, a medio plazo, la solución pasa por crear una entidad que las admita. Si no fuera así, no solo los autores no podrían cobrar por ciertos usos que se hagan de sus obras, sino que la generalización de estas licencias supondría una fuente más de recaudación para las entidades de gestión, que cobrarían esos derechos aunque pertenecieran a autores no asociados y terminarían destinándolos a las actividades culturales o asistenciales de esa entidad.

Creative Commons debe entenderse sin perjuicio de los límites que tiene la propiedad intelectual. A veces este tipo de licencias son usadas como argumento por los fanáticos del copyright, que suelen decir algo así como "*estamos totalmente de acuerdo con estas licencias, si los autores que las adoptan quieren permitir que un usuario copie su obra, están en su derecho, pero si yo no quiero hacerlo, debe respetarse esa decisión*". Pero no es cier-

(15) William Fisher, profesor de Harvard, plantea otro modo de remuneración para las descargas. Tal y como lo enuncia Lawrence Lessing en Free Culture: "Fisher sugiere una forma muy ingeniosa para esquivar el callejón sin salida en el que halla Internet. De acuerdo con su plan, todos los contenidos susceptibles de transmitirse digitalmente serían (1) marcados con una huella digital (no importa lo fácil que es evitar estas marcas; ya veremos que no hay incentivos para hacerlo). Una vez que los contenidos han sido marcados, los empresarios desarrollarán (2) sistemas que controlen cuántos ejemplares de cada contenido se distribuyeron. A partir de estos números, (3) después se compensará a los artistas. La compensación sería pagada por un (4) impuesto al efecto" […] "La propuesta de Fisher es muy similar a la propuesta de Richard Stallman para DAT. A diferencia de la de Fisher, la propuesta de Stallman es pagar a los artistas de un modo directamente proporcional, aunque los artistas más populares recibirían más que los menos populares. Como es típico en Stallman, su propuesta se adelanta al debate actual en algo así como una década".

to que en nuestro Derecho el autor pueda decidir sobre todos y cada uno de los usos de su obra. En determinados casos establecidos por la ley, las obras pueden usarse incluso sin autorización del autor y eso es así con independencia de las licencias que se establezcan.

Otros modelos de negocio

Muchos se quejan de que ni todos los que se dedican a la venta de discos son multinacionales ni todos los que trabajan en ese sector son millonarios yupis que dan grima de solo mirarlos, sino que, la mayoría, son simples trabajadores honestos que ven peligrar su trabajo. Tienen razón, pero esa realidad dramática no es culpa de nadie. El negocio se está trasladando, y tan honrada es la gente que a causa de eso pierde su empleo como la gente que lo consigue con la venta de CDs vírgenes, la fabricación de tarjetas de Red, el aumento de demanda de ADSL y la organización de los conciertos. El avance tecnológico ha matado un negocio, y ha dado vida a otros. Eso beneficia a unos y perjudica a otros. Una alegría para los primeros y sin duda algo terrible para los segundos. Así ha ocurrido desde siempre. Señalar a los que defienden el uso de estos adelantos como responsables de la pérdida de puestos de trabajo es equivalente a calificar a los que usan cámaras de fotos digitales como responsables del paro de los que se ganaban la vida con las tiendas de revelado.

La propia industria del disco nace asesinando trabajos. Antes de ella, solo podía accederse a la música oyéndola en vivo. Tan importante era este tipo de comunicación pública que en su momento era el núcleo fundamental de las leyes de Propiedad Intelectual. Nuestra ley de 10 de Enero de 1879 le dedicaba una sección de siete artículos a las obras dramáticas y musicales y el Reglamento de 3 de septiembre de 1880, que la desarrollaba, dedicaba uno de los dos títulos que lo componían a los teatros y a las obras dramático musicales.

Ese núcleo fundamental de la propiedad intelectual que era la comunicación pública en vivo, cambió cuando se popularizó el gramófono que llevaba la música de los teatros a los hogares. Probablemente, los dueños de un negocio montado sobre la base ayer firme del directo, vieron en esta industria incipiente algo muy parecido a un pirata que ponía en la calle a miles de trabajadores honrados que se dedicaban a organizar espectáculos y que ahora quedaban relegados a un segundo plano. Los negocios y los pilares mismos de la propiedad intelectual tuvieron que cambiarse por completo y adaptarse a la nueva realidad que supuso el nacimiento y consolidación de la industria discográfica. Muchas empresas han visto que es absurdo intentar parar una catarata con las manos y, en lugar de hacer eso, han decidido aprovecharla y dejarse arrastrar por ella.

Magnatune

Magnatune es un sello discográfico online que permite oír completamente las canciones antes de comprarlas. El precio que pagas por disco está directamente relacionado con lo que tú quieras y puedas dar: pagas lo que te parece justo.

(16) Un sistema parecido a ese fue también previsto por Schlachter que, en su libro “The Intelectual Property Renaissance in Cyberspace. Why Copyright Law Could Be Unimportant on the Internet", señaló hasta nueve vías distintas de remuneración. Estas vías son "la publicidad, la esponsorización, las ventas a prueba, la venta de actualizaciones, la venta de tecnología complementaria que haga posible el disfrute de las obras, la venta de objetos físicos relacionados con las obras, la prestación de servicios técnicos de reparación y apoyo, la compra y venta de información sobre las preferencias de los consumidores y la formación de grupos consumidores potenciales con una fuerte identidad".

Es cierto que esta empresa cataloga el precio mínimo de justicia en 5 dólares pero, una vez pagados, la persona que adquiere la música, al tener ésta una licencia Creative Commons, puede compartirla con todo aquel que le plazca y hacer obras derivadas de ella sin ánimo de lucro y con el aliciente de que la RIAA no derribará la puerta de su casa.

Desde Magnatune se explica la razón de la iniciativa, que no es otra que la de ofrecer una alternativa que sea rentable no sólo para la empresa sino también para los músicos y para el interés social. Los autores no se llevan con Magnatune el triste 4% al que la industria discográfica actual les tiene acostumbrados, sino el 50%. Esos beneficios que autores y empresa se reparten por mitad no dejan de subir, siendo el intercambio en Internet su mejor promoción.

En unos tiempos en los que las grandes discográficas demandan a miles de ciudadanos, Magnatune aprovecha la rebeldía y el activismo que genera la represión. Conoce este sello la imagen que a pulso se ha ganado una industria que ha basado su negocio en vampirizar a los músicos, inflar los precios y perseguir a adolescentes. Quizás esa sea la razón por la que Magnatune ha decidido desmarcarse con un lema que la define y diferencia. Ese lema, ya popular, es: "*No somos malvados*".

Undermusik

El día que el jurado preguntó a Ignacio Cofrade Romero que por qué en su proyecto empresarial había previsto dar a los artistas unos royalties del 50% cuando el mercado le permitía pagarles menos, éste respondió que la razón era que esa era "*la filosofía de la empresa*".

Undermusik es un proyecto empresarial que se presentó al "III Concurso de Emprendedores Universitarios" promovido por el EOI y el grupo Joly. A pesar de que planteaba algo tan novedoso como vender música con licencia Creative Commons y de que hablaba de algo tan raro como "*filosofía de empresa*", el jurado, formado por empresarios profesionales, lo seleccionó para la final junto a otros cinco proyectos.

Undermusik basa su negocio en los conciertos. Tomando la música como un elemento promocional de los espectáculos en vivo, esta empresa ha decidido ejercer también las labores de manager de los grupos cobrando un porcentaje de lo que generen en directo. Sabiendo que las estadísticas señalan que el negocio resurge en los conciertos, empresas como ésta han preferido ir donde está el negocio en lugar de rezar porque el negocio vuelva a ellas.

Si la mitad del tiempo y del dinero que gastan las entidades de gestión y la industria en perseguir y atemorizar a adolescentes, se invirtiera en estudiar vías alternativas de remuneración, estoy seguro de que se conseguirían más resultados. Las redes P2P no solo deben preservarse sino que deben expandirse a todos aquellos que todavía no tienen recursos económicos suficientes para permitirse Internet y acceder a ellas. Cuándo tendremos el placer de escuchar a una sola persona de una entidad de gestión diciendo: "*entendemos que las nuevas tecnologías acercan la cultura como nunca se había hecho antes y eso es algo que hay que mantener, aunque habrá que buscar el modo de compatibilizar este avance tan beneficioso para la sociedad con el pago a los autores*". Buscar modos alternativos de remuneración que

compatibilicen este acceso libre a la cultura no es una fantasía. La fantasía es creer que se pueden controlar a los millones de personas que hoy en día intercambian obras en Internet.

 No se incluye esta licencia por ser coherente con lo que defiendo, sino que se hace porque realmente creo que es lo mejor, no solo para ti, sino también para mí. Se publica de este modo el libro porque estoy seguro de que los derechos de autor pueden ser compatibles con el acceso a la cultura y con la remuneración de los creadores. Los candados no protegen a la cultura sino a los que pretenden ser sus propietarios. Que las leyes restrictivas, las jaulas y las coacciones preservarán la creación, es lo que dicen los que no han entendido que la cultura solo puede defenderse compartiéndola.

ESTE LIBRO SE TERMINÓ DE IMPRIMIR EL DÍA 7 DE JUNIO DE 2005, FESTIVIDAD DE SAN VENANCIO, ESTANDO AL CUIDADO DE LA EDICIÓN CARLOS VERDIER, EN LA EDITORIAL DMEM, S.L.

LAVS DEO